

拉萨市建设国际旅游目的地城市战略规划 (2025—2030 年)

本规划研究区域为拉萨市行政辖区，总面积 29640 平方公里。规划期限为 2025 年至 2030 年，规划性质为入境旅游发展专项规划。旨在全面贯彻党的二十大精神，深入贯彻习近平总书记“民族地区要保留自己的特色文化，在文旅融合中更加彰显他的光彩”的重要指示精神，贯彻落实西藏自治区文旅产业大会“努力把文化旅游产业打造成为支柱产业，奋力推进社会主义现代化新西藏建设”的总体部署和市委、市政府关于实施全域旅游配套大发展战略的具体要求，立足“全要素、全过程、全时空、全地域、全人文”五大发展理念，坚持门票经济与服务产业并重发展、坚持景区景点与全域环境并重发展、坚持观光旅游与康养休闲并重发展、坚持基础设施与配套建设并重发展、坚持规定动作与理念服务并重发展，通过实施产品市场适配战略、国际导向配套战略、精准营销促进战略、市场主体强化战略、绿色发展优先战略五大战略，加快推进拉萨建设国际旅游目的地城市。

一、打造国际旅游目的地城市现状分析

(一) 打造国际旅游目的地城市的优势

拉萨拥有高禀赋的自然资源和独特多元的文化本底，拥有现代化的基础设施和旅游服务配套，拥有国际化城市的发展基础，旅游业正从高速增长迈向高质量发展，具备打造成为高品质的国

际旅游目的地城市坚实的产业发展基础。一是世界级的资源产品。拉萨不仅拥有布达拉宫、大昭寺、罗布林卡等世界文化遗产，更有地球第三极独特的高原品牌，有纳木措、思金拉措等高原湖泊，还有雪山、森林等，这些自然和人文资源不仅吸引了大量国内外游客，也是西藏自然文化的重要象征。二是历史文化底蕴深厚。早在公元7世纪，松赞干布统一西藏后迁都拉萨（当时称惹萨），建立吐蕃王朝，拉萨自此成为西藏政治、经济、文化中心。公元641年，文成公主携农具、工匠、佛经入藏，推动技术革新；公元710年，金城公主传入儒学典籍与医药，巩固“舅甥之盟”。公元821年，“长庆会盟”双方立碑盟誓“和同为一家”，盟约中提及“舅甥二主，商议社稷如一”，这种政治互信的建立，为民族间的交往交流交融提供了制度保障。漫长的历史进程中，拉萨经历文明的洗礼与文化的鼎盛延续，尼木藏纸、吞巴藏香、墨竹直贡刺绣唐卡、曲水郭孜、堆龙觉木龙藏戏等非遗项目享誉区内外，积累沉淀了大量文明成果与文化遗产。三是民俗文化多样。人民热情好客，民俗风情独具特色。每逢藏历新年、雪顿节、“雪域古城·圣地拉萨”文化旅游节等，城市就被浓厚的民族文化氛围、热闹的民俗活动、汇聚的人流，以及政策赋能的欢乐场景所包围。藏历新年，人们互道“扎西德勒”，准备传统美食，全家团聚，举行各种传统仪式，祈求新的一年吉祥如意。雪顿节，最初是“吃酸奶的节日”，如今已成为西藏最隆重、规模最大、节目内容最丰富的节日之一，期间有晒大佛、藏戏演出、文艺表演等活动，传统与现代元素相互交融。“雪域古

城·圣地拉萨”文化旅游节是拉萨市极具影响力的文化旅游活动，旨在展示拉萨独特的自然风光、深厚的历史文化和浓郁的民族风情，促进当地文化旅游产业的发展。四是艺术文化灿烂。在绘画领域，唐卡艺术独具魅力，它用天然颜料绘制在织物或纸张上，题材多与历史、文化、艺术等诸多因素相关，色彩鲜艳、构图严谨、线条细腻，具有极高艺术价值和收藏价值。雕刻艺术同样精湛，无论是寺庙里的佛像雕刻，还是建筑上的木雕、石雕，都栩栩如生，展现出藏族工匠高超技艺。歌舞艺术也毫不逊色，拉萨朗玛是国家级非物质文化遗产，旋律优美、节奏明快，舞者身着华丽藏族服饰，舞姿婀娜，充分展现藏族人民的热情奔放。五是完善的设施和配套。拉萨拥有较为完善的基础设施和旅游公共服务配套体系，航空、铁路、高速公路等快速发展，综合立体交通网络初步构建，住宿、餐饮、购物等品质不断提升，具备了打造高品质旅游目的地的基础。六是较强的国际影响力。拉萨作为西藏自治区首府城市，是中国最早开放入境旅游的城市之一，在世界范围内都具有较高的知名度和吸引力，随着西藏建设“一带一路”南亚大通道，拉萨城市品牌在南亚、东南亚的影响力进一步提升，为进一步拓展国际旅游市场奠定基础。随着拉萨全域旅游的持续推进和蓬勃发展，拉萨旅游正从高速增长迈向高质量发展，具备了打造国际旅游目的地城市的坚实产业基础。七是幸福富庶和安全和谐的环境。随着社会经济持续健康发展，拉萨市城市建设与治理现代化水平显著提升，人民生活水平不断提高，社会保持和谐稳定，民族团结进步事业扎实推进，生态环境质量

持续改善。拉萨市连续获评“中国最具幸福感城市”，幸福富足、安全有序的社会环境为打造国际旅游目的地城市奠定了坚实基础。

（二）打造国际旅游目的地城市需提升方面

一是资源与产品方面。文旅资源挖掘力度不够。开发建设进度较慢。国际旅游产品供给类型较单一、以团队游为主，入境旅游手续繁琐、时效性低，个性化、深度化旅游产品在入境旅游市场触达率较低。入境游客中大众观光客占据绝对比重，登山运动、研学旅行、节事旅游等专项旅游产品的国际化程度都较低，缺少有效市场支撑。二是品牌与影响力方面。国际品牌建设和营销推广投入不足，将当地独特旅游资源打造成国际一流文旅品牌的投入有待提升，国际化交流亟待加强。三是要素与产业方面。住宿设施分布不均衡，星级酒店主要集中在城关区。缺少面向国际游客阐释拉萨故事的宣传和导览体系，多语种标识未能全覆盖咨询、购物及交通服务方面特色还需要进一步提升。四是服务与设施方面。国际航班数量不充足、直航数量不多，旅游公共服务设施配套还不完善，货币兑换、支付结算、多语种标识、多语种宣传品等的供给有待提升，智慧服务水平也有待进一步加强。高原反应影响旅游舒适度，高端旅游人才相对缺乏。

二、发展目标

到 2030 年，通过国际旅游目的地城市建设，让入境游客真切感受到拉萨独特的生态和人文旅游资源，了解西藏在中华文化中的独特魅力和中国式现代化的西藏实践与成就，使拉萨城市国

际影响力更加强大、入境旅游市场更加壮大、国际交流合作更加深入、国际游客体验更加满意。

（一）入境旅游规模快速复苏

2030 年拉萨市入境游客接待量达到 30 万人次，年均增长率 10%。

（二）高品质旅游产品供给持续丰富

新增世界级旅游景区 1 个、国家 5A 级旅游景区 2 个、国家 4A 级旅游景区 9 个、国家级标准民宿 4 家、国家级旅游度假区 2 个、国家级工业旅游示范区 2 个、星级宾馆（酒店）20 家，自治区级旅游休闲街区 1 个。

（三）国际化旅游服务配套基本成型

多语种标识、讲解服务体系、无差别支付体系、富氧服务体系覆盖品牌旅游项目（四星级以上酒店、重点交通场站、旅游风景道等）。

三、发展定位

（一）总定位

主动融入自治区建设重要的世界旅游目的地和面向南亚开放的重要通道战略部署，树牢全域旅游发展理念，以文化艺术深度体验为抓手，以文艺文创体系构建为支撑，打造入境游客可以深度体验、文创产品丰富、文化产业繁荣的西藏人文风情沉浸之城。巩固提升现有雪山、湖泊、冰川、草原、河谷、森林等独特自然资源，突出在科考、徒步、户外运动、低碳等方面的独特优势，依托拉萨交通枢纽基础配套、旅游接待设施，通过国际化建

设，提升拉萨对西藏自治区其他地区旅游的辐射带动作用，更好发挥西藏旅游集散地功能，打造西藏文化会客厅。将拉萨打造成为体验西藏人文风情沉浸之城、展示西藏文化的重要窗口、西藏旅游集散地，成为具有“高原生态和民族特色的国际旅游目的地核心城市”。

（二）区域市场定位

根据对拉萨传统入境客源地的研究和国家免签政策的分析，确定拉萨的核心入境市场为：

一是港澳入境市场；二是以马来西亚、新加坡、越南、泰国、印度尼西亚等为重点的东南亚市场；三是以德国、英国、法国、西班牙、意大利等为核心的欧洲市场；四是以美国、加拿大为核心的北美市场；五是以日本、韩国、俄罗斯为核心的东北亚市场；六是以尼泊尔为核心的南亚市场。

四、专项市场开拓

从专项市场开拓角度，重点培育高原生态户外运动和文化研学两大专项市场。一是围绕地球第三极的独特地貌，面向高原生态和户外爱好者发展登山、徒步、骑行、自驾等户外运动项目，聚焦专项市场，打造优质西藏高原生态体验产品。二是挖掘独特的西藏历史文化、建筑艺术、非遗民俗、高原地质和生物多样性资源等优势，精心打造面向国际的主题研学产品，拓展研学专项市场。

五、发展战略

（一）实施产品市场适配战略

通过挖掘新资源开发新产品，拓展新空间构造新场景，应用新技术创造新体验，建立与国际市场需求适配的国际化旅游产品供给。

（二）实施需求导向配套战略

基于入境游客现实需求与国际线路布局导向，推动多语种服务、无差别支付、富氧服务、国际标准化、服务智慧化建设，构建适应入境游客需要的旅游服务体系。

（三）实施精准营销促进战略

加大城市旅游品牌国际营销力度，根据入境旅游者消费偏好和决策方式变化，构建以新媒体为主阵地，以国际化会展节赛为平台，以优质传播内容为落脚点的全媒体传播体系，针对目标客源市场有的放矢，实施精准营销。

（四）实施市场主体强化战略

支持骨干企业国际化经营，加大头部文旅企业招商引资，吸引具有国际视野的高层次人才就业创业，形成富有生命力的产业生态。

（五）实施绿色优先发展战略

通过生态资源赋能旅游体验、通过低碳技术赋能旅游服务、通过绿色教育赋能旅游营销，以文旅产业绿色化发展推动拉萨在高原生态保护和可持续发展上取得新成就。

六、重点工作举措

（一）营造具有国际吸引力的旅游新场景

扩容世界级旅游吸引物。推动以布达拉宫为核心的世界级旅游景区创建，推动八廓街申报世界文化遗产，联动大昭寺、八廓历史文化街区、小昭寺、罗布林卡核心资源，通过遗产精提升、街区微改造、科技新构建，培育以世界级旅游景区为核心的拉萨古城旅游圈。推进纳木措景区、罗布林卡等创建国家 5A 级旅游景区。提升国家级文化产业示范园区建设水平，将西藏文化旅游创意园区建设成国际知名的文创园区。（见附表 1）

推进品牌旅游项目国际化提升。推进拉萨市已有 5A 级旅游景区、4A 级旅游景区、国家级旅游休闲街区等品牌旅游项目的国际化吸引力和设施服务提升，同步推进国际化提升任务与旅游项目品牌创建工作。提升主题与文化内涵，完善多语种文化解说体系，注重文化元素的融入，让游客在游览过程中感受到独特的文化氛围。完善基础设施与服务体系，提高入境游客接待能力和服务水平。（见附表 2）

构建国际化专项旅游产品体系。培育国际赛事节庆产品。以“雪域古城·圣地拉萨”文化旅游节、“尼木大峡谷·吞巴藏香源”藏香文化旅游节、墨竹工卡“松赞”文化旅游节为载体，持续办好文旅产业发展大会等系列活动。提升特色体育赛事旅游吸引力，深化文体旅融合发展。培育国际研学旅游产品。发展文化艺术研学旅游，依托拉萨市非遗项目、文化遗产、历史名人、考古遗址、博物馆等资源，建设研学基地，开发研学课程，策划主

题线路。发展高原生态研学旅游，立足自治区级以上自然保护区、国家森林公园、国家地质公园、国家湿地公园、国家级农业园区等优质自然资源，开发生态观察、地质科普、环保教育、劳动教育等研学设施和产品。以登山、攀岩、徒步、赛马、漂流、冰雪、低空为重点领域，推进户外运动基地项目建设，加大复合型冰雪旅游区项目招商，完善登山、徒步设施和线路体系。

完善拉萨旅游打卡地体系。梳理城区成熟拍照打卡点位，筛选提升一批特色鲜明、适宜开放的旅行打卡地，通过媒体渠道加大宣传推广。挖掘一批自然风光、四季风景打卡地，提升观景平台设施，加大国际化宣传。开展日光城打卡地认证，挖掘拉萨特色生活场景、生活方式，如：甜茶馆社交、传统藏家、藏历新年、过林卡、酒吧休闲、跳锅庄、温泉养生等，形成一批主客共享的社会资源访问点。（见附表 3）

丰富文旅消费新场景。不断丰富特色旅游新产品、新业态、新场景，优化旅游休闲街区业态，积极发展非遗体验、沉浸夜游、文旅演艺、特色美食、国潮文创、特色交通等旅游产品，提升冬季冰雪旅游产品供给。（见附表 4）

培育国际旅游线路。在世界地标性文化旅游体验的基础上，围绕文化、生态、研学、户外等主题，培育更多国际旅游线路，持续设计和推广基于历史、艺术、影视、民俗、节气等内容的主题线路，同步开发基于百度、高德、北斗导航的路书。（见附表 5）

（二）构建国际友好开放的城市环境氛围

提高入境旅游吸引力。激励入境旅游市场主体“引客入拉”，鼓励旅行社组织境外游客来拉旅游，支持文化和旅游企业参加境外国际性旅游展会，积极营销推广拉萨文旅资源和产品线路。

提高国际化交通服务能力。一是建设国际化空港交通枢纽。推动贡嘎国际机场国际化交通枢纽建设，扩大南亚国家主要城市航权储备，积极开辟新加坡、泰国等东南亚重点目标客源国家直航航线，支持旅行社与航空公司建立合作关系，开发旅游旺季包机航线和产品。加密拉萨至京津冀、长三角、大湾区、成渝双城经济圈的往返航班航线，鼓励民营航空公司积极参与贡嘎国际机场航线运营。二是提高铁路服务国际化程度。提高拉萨站入境游客服务能力，设置远程多语种协助购票、进出站设备，完善行李寄存服务设施。支持依托青藏铁路、拉日铁路、拉林铁路基础，开发定制化、深度体验化的旅游专列项目。三是完善国际化游客综合服务体系。依托交通枢纽布局游客服务中心，支持依托拉萨火车站、客运站等建设拉萨市游客服务中心，承担拉萨及西藏旅游交通集散服务、品牌形象展示、首站综合服务等功能。结合游客服务中心布局国际自驾服务中心，招引租车企业入驻。结合全域旅游建设通景公交、旅游专线、共享交通体系，研究市内观光巴士、景区直通车方案，做好市域旅游交通信息官方发布工作，定期更新拉萨市旅游交通服务指南，提升旅游车辆服务，助推市场化规范运营。

（三）完善符合高原环境的国际旅游服务

提高星级酒店服务水平。加大对国际线路节点区域星级酒店建设支持力度，支持当地住宿企业提升服务品质，完善弥散式供氧设施、多语种服务、无差别支付等设施。鼓励星级酒店提升打造文化主题旅游饭店。

提升多语种服务覆盖程度。推动中、英及民族语言等多语种标识系统覆盖。着重在品牌旅游项目、文化场馆、星级酒店、交通场站等入境旅游服务区域查漏补缺，实现中、英及民族语言等多语种标识全覆盖。健全多语种咨询服务配套。在入境旅游服务区域普及语音识别翻译器。支持主要入境旅游服务咨询点接入远程多语种支持系统。支持引入人工智能咨询服务终端，提供问答式咨询服务。完善多语种讲解服务体系。丰富线上讲解服务，支持品牌旅游项目自主开发或联合社会企业开发和上线多语种讲解数据包。更新智慧化自助讲解器服务，支持全市旅游景区更新智慧化自助讲解器系统。提高多语种讲解员服务效能，支持多语种讲解员预约共享，支持多语种讲解员服务多个景区景点讲解服务，通过发放临时讲解员证的方式实现多语种讲解人才的弹性供给。加快推进品牌旅游项目多语种导览手册更新和投放工作。做好面向国际市场的拉萨故事阐释和讲解导览迭代更新工作，出版外语版《拉萨市旅游解说词》。加强多语种目的地营销产品投放。在重点景区、展馆、酒店及游客服务中心和咨询点，投放包括宣传册、海报、视频等在内的多语种拉萨旅游宣传资料。

激发入境旅游客群消费活力。开发高性价比的西藏—尼泊尔

跨国旅游线路产品。培育国际文旅消费品牌，落实“百城百区”金融支持文化和旅游消费行动计划，围绕文旅新业态消费领域，组织景区与新业态企业联合推出“景区+新业态”优惠票组合包。

推进数字化文旅新装备更新。支持智慧服务中心、智慧景区、智慧展馆、智慧酒店、智慧演艺建设，推进一批智慧旅游数字化文旅新装备更新。支持4A级以上景区游客服务中心、文旅服务驿站引入智能导览系统、无人商店。支持全市博物馆、文化馆、非遗展示馆、展览馆更新智能交互装置，推进全息展示、可穿戴设备等交互技术的综合集成应用。推进4A级以上景区开发虚实结合、人机互动的旅游产品。鼓励四星级以上酒店引入服务机器人、智能终端，推动智慧酒店、智能客房、无人商店等智能化服务。鼓励演艺场所引入智能化的灯光、音响以及舞台机械设备，实现舞台效果精准控制和音响效果优化，利用交互式投影技术打造沉浸式舞台背景和特效。实施“智游拉萨”数智平台服务项目，运用云计算、人工智能等数字技术，实现包括游客、文旅企业、景区景点、酒店、旅行社、交通、治安、气象等领域的数据采集、数据清洗、数据治理和数据服务工作，更好地为游客和企业提供“一网通查、一网通达、一网通游”的一站式服务体验。

营造国际化自驾服务网络，加快自驾服务设施布局。结合机场、火车站、游客服务中心等建设自驾服务中心。围绕拉北环线、拉林、拉日、拉那旅游主干道路，建设一批国际化富氧文旅

驿站，提升一批观景平台，完善临时停车区、多语种景观导览牌、休憩座椅等设施。加快主要风景道路沿线旅游厕所建设和提升。支持拉北环线、拉林、拉日、拉那旅游主干道路按照国家级风景道标准提升。继续举办中国（拉萨）数字自驾游大会，持续深化数字化自驾游服务体系建设。促进自驾车旅居车营地发展，合理规划布局自驾车旅居车营地，支持寺庙依托型、自然依托型、乡村依托型营地建设。

营造高原旅游安全环境，建立拉萨旅游全程富氧体系。健全涉旅场所供氧设施地方标准，扩大旅游车辆车载氧气设备、住宿设施弥散式供氧设施、富氧驿站或机动式富氧保障车覆盖范围，推广使用循环利用的便携式氧气瓶，加强富氧服务信息传播。健全综合安全监管与预警系统，结合“智游拉萨”建设完善预警信息发布渠道，制定安全管理制度和操作规程，加强对旅游从业人员的安全培训和教育，深化国际旅游安全应急预案，完善应急响应机制。建立标准化救援体系与紧急救援服务，建立标准化的院外急救流程，加强与各方救援组织的合作与交流，探索公安、消防、武警与专业化救援队伍联合提供旅游紧急救援服务的工作机制，推广利用商业保险救援新模式。

提高入境旅游服务质量，提升旅游从业人员服务水平。构建“旺工淡学”培训机制，搭建校企联合培训教育平台，完善旅游从业人员激励政策，组织旅游从业人员技能评比，对做出突出贡献的人员进行激励。建立旅游服务质量反馈机制，开展常态化拉萨市旅游满意度调查工作，联合旅行社、租车公司、航空公司、

游客服务中心等旅游服务单位，建立调研窗口，根据问卷数据编制季度、年度游客满意度报告，鼓励涉旅企业实行旅游服务规范和承诺，建立优质旅游服务商目录。培育国际化导游团队，重点实施多语种讲解员培养项目，举办拉萨故事讲解员大赛，选拔出一批语言表达能力强、熟悉拉萨景点文化、具备快速应变能力和综合知识储备的拉萨旅游名导，完善导游人才荣誉激励制度。

（四）更新适应新传播趋势的国际文旅形象

健全协调联动旅游推介机制。建立市县（区）互通，市场运作的市场营销工作模式。规范旅游推介工作计划评审和审查工作流程，实现旅游推介常态化。支持文旅部门引入市场主体执行国际旅游推介任务。拓展联合推介合作网络，多维度开展联合推介。（见附表 6）

提升品牌 IP 内容创作水平。展示“雪域古城·圣地拉萨”IP 内涵，制作品牌宣传品，立足拉萨“西藏文化核心传承地、深度交融地、集中展示地”定位，彰显拉萨文化之城、日光之城、生态之城、休闲之城、好客之城的独特魅力。构建“扎西、卓玛”吉祥物 IP 人格，建设旅游吉祥物互动平台，为旅游吉祥物注册运营海外社交媒体账号，形成拟人化的日常内容更新，制作和推广旅游吉祥物 IP 系列宣传品，组织吉祥物线下露出和互动活动。丰富国际化品牌 IP 产品，开展旅游线路更新设计、旅游攻略评选，加大冬季旅游、休闲体验旅游线路推介力度。建立与目标市场相匹配的新媒体传播矩阵，推出与品牌调性相符的旅游宣传片、品牌故事 VLOG 集、系列旅游直播、拉萨旅游推介

官系列内容。

提升多媒体营销活跃度。整合中央驻藏媒体、自治区主流媒体、援藏省市媒体、拉萨市媒体等官方媒体宣推渠道，通过多媒体联合宣发扩大优质内容传播声量。挖掘和培养拉萨本地自媒体旅游达人，加强旅游直播宣传营销，制作和传播优质内容。

扩大会展赛事国际影响力，借势国际会议做好旅游宣传合作。依托中国西藏发展论坛、中国西藏旅游文化国际博览会，加深与“一带一路”国家的沟通交流，结合会展推进旅游宣传工作。做好“赛事+旅游”宣传引客。以半程马拉松、赛马、漂流、跨喜马拉雅国际自行车赛等为重点，加强多媒体推广，形成赛事旅游热点。推出“赛事+旅游”主题入境旅游产品。出台专项激励政策，激励旅行社招徕国际游客，引导国际游客“跟着节赛去旅行”。鼓励社会力量引进国际品牌文化交流、旅游节庆、体育赛事活动。

实施重点市场精准营销。一是加大重点入境市场开发力度。发挥好世界旅游城市联合会、世界旅游联盟等平台优势，参与中国国际旅交会、亚洲国际旅游交易会、德国柏林旅游博览会、英国伦敦国际旅游展等大型旅游展会，建立国际旅游运营商合作伙伴网络。加大与新增免签国家的旅游合作力度，对重点入境市场实施精准营销。实施入境研学旅游专项营销活动，参与国内外文化旅游交流活动，邀请国内外研学机构踩线，寻求国际国内研学合作商。二是开发培育高端旅游市场。积极与高端旅游、定制旅游服务商建立合作，加大对文化探访、户外运动、自然教育、游

牧体验、节庆赛事等产品的精耕细作，开发主题突出、体验丰富的会奖旅游、私人定制、豪华小团等产品。开展定制旅游服务企业定向招商和推介，通过开放独家经营建立长期合作伙伴关系。

（五）壮大具有国际视野的旅游经营主体

培育具有国际视野的市场主体。一是支持本市骨干文旅企业实施国际化运营。支持本市国有文旅企业与国际化文旅企业开展合作，提高国际市场运营能力。支持有条件的文旅企业在重点客源国家设立境外办事处、合资合作文旅企业等分支机构或子公司。支持本地文旅企业加入国际组织、国际行业协会，与国际旅游服务商组建联盟。二是加大具有国际运营能力企业的招商力度。加快西藏文化旅游创意园区项目招商，助力产业园区扩容升级。加快科技与旅游融合的沉浸式数字体验项目招商，丰富拉萨生态文化体验的第三空间。加大研学旅游、高原户外项目招商引资力度，加快提升专项旅游服务产品运营能力。加大国际连锁酒店招商引资力度，用好用足国际连锁酒店会员网络。加大国际知名餐饮品牌招引力度，支持国际知名餐厅在拉萨设立分店。三是支持特色品牌精品化发展。支持在研学旅游、高原户外、活动运营、高端定制等细分领域持续深耕、持续创新的社会化主体扩容提质创新发展，健全面向中小文旅企业的政府服务平台与保障体系建设，支持特色品牌化、单品精品化、运营国际化发展。

壮大国际化文旅人才队伍。完善拉萨文旅领域的人才开发机制，出台高端文旅人才引进整套政策，加大文旅创业人才支持力度。借鉴医疗援藏、教育援藏工作经验，探索建立文旅人才援藏

工作机制，引入国有文旅企业、科研机构、行业领域优秀人才支援拉萨文旅发展。探索校企联合文旅专业人才培养模式，与文旅领域高校、大型文旅企业建立人才合作培养项目，实施文旅行业人才交流、交换、挂职等交流活动。支持鼓励高校开设旅游相关专业，鼓励西藏大学、西藏职业技术学院、拉萨师范学院等开设旅游管理相关专业。吸引高层次创业人员和团队，参与文旅新业态、新体验产品开发，加大拉萨创业宣传推广力度，营造创新创业城市氛围，定期举办文旅行业创业大赛，建立创业孵化器。

营造放心国际旅游消费环境。建立健全旅游市场信用监管体系，对文旅企业和从业人员进行严格的资质审核与信用评价。做好涉旅舆情处置，加大对违法违规行为的查处力度，维护游客合法权益。结合智慧旅游建设，完善涉旅企业信誉等级评价制度，及时发布旅游市场的重大信息、消费投诉和违规记录。通过定期组织法律法规、安全生产等方面的培训，增强文旅企业的法律意识和责任意识。发挥旅游行业协会的桥梁纽带作用，引导企业加强自我约束。

七、加强保障

（一）强化资金保障

拓宽入库旅游项目投融资渠道，积极争取国家预算内资金，合理利用全域旅游配套大发展专项资金、地方政府专项债资金，建立文旅产业专项基金，支持国际旅游目的地城市建设。

（二）细化项目管理

加强规划引领与衔接。健全旅游项目管理制度，加强旅游项

目入库评估与督导，建立经过审批的规划项目动态储备机制，聚焦重大项目，做好梯次储备。

（三）强化部门联动

将打造国际旅游目的地城市置于整体工作中加以统筹协调，加强多部门和多专业整体联动。遵循市场规律，建立好政府、市场和社会三者之间良好合作关系。积极宣传，营造全社会共同关注和支持参与的良好氛围。

（四）确保生态优先

落实旅游规划和建设项目的环境影响评价制度。监督指导旅游景区（点）环境保护和污染防治工作，保证在生态承载量和社会承载量下推动旅游可持续发展。

- 附表：
1. 扩容世界级旅游吸引物专栏
 2. 品牌旅游项目国际化提升导向专栏
 3. 构建国际化专项旅游产品体系专栏
 4. 丰富文旅消费新场景专栏
 5. 培育国际旅游线路专栏
 6. 实施联合营销专栏

附表 1

扩容世界级旅游吸引物专栏

培育以世界级旅游景区为核心的拉萨古城旅游圈。推动八廓街申报世界文化遗产；发展文化旅游演艺，推出沉浸式、互动式、人机交互式等演艺业态和产品；打造漫游拉萨骑行、徒步路线及项目，活化利用各类文物大院。 推进纳木措等创建国家 5A 级旅游景区。丰富纳木措必游打卡点，设计爱情祈福体验产品，增加数字化沉浸体验空间，补充完善生态化、国际化配套设施，推进纳木措区域旅游产业联动共赢。 提升国家级文化产业示范园区建设水平。继续招引重大文化旅游项目入驻；推进西藏非物质文化遗产馆展示项目、展陈方式更新；推进唐卡产业园改造提升；建设拉萨博物馆；丰富文化交流活动；推进南山公园等创建 4A 级旅游景区，同步开展国际化设施服务提升。

附表 2

品牌旅游项目国际化提升专栏

序号	项目	国际化提升导向
1	布达拉宫	完善智慧化多语种讲解，推动布达拉宫夜场开放，开发深度化、主题化夜游产品。
2	大昭寺	完善智慧化多语种讲解，开发深度化、主题化夜游产品。
3	罗布林卡	完善智慧化多语种讲解，依托景区开发罗布林卡数字沉浸式夜游项目，增加传统文化体验项目。
4	西藏博物馆	提高博物馆英语信息服务体系，完善多语种标识系统，完善智慧化多语种讲解，丰富多语种导览手册，增加传统文化体验项目。
5	哲蚌寺	完善多语种标识系统，完善智慧化多语种讲解。
6	牦牛博物馆	开展西藏牦牛博物馆异地重建，打造沉浸式体验空间和智慧服务体系，提高博物馆英语信息服务体系，完善标识系统，完善智慧化多语种讲解，丰富导览手册。
7	西藏自然科学博物馆	提高博物馆英语信息服务体系，完善标识系统，完善智慧化多语种讲解，丰富导览手册。
8	文成公主藏文化风情园景区	更新数字化旅游演艺新技术、新装备，提升演出效果。
9	慈觉林藏院风情街	完善多语种标识系统，推进艺术家村落改造提升，持续推进园区创业创新宣讲扶持工作，吸引更多有为青年创业立业，积极招引地方性、国际性文化艺术体验活动在园区举办，营造国际化文化艺术氛围。
10	八廓街	衔接拉萨历史文化名城保护工程，完善多语种标识系统，更新历史建筑标识牌，构建线上多语种智慧讲解体系，联合商家增加外摆休憩座椅，提升慢生活氛围。

附表 3

构建国际化专项旅游产品体系专栏

优化赛事节庆产品供给：以“雪域古城·圣地拉萨”文化旅游节、“尼木大峡谷·吞巴藏香源”藏香文化旅游节、墨竹工卡“松赞”文化旅游节为载体，持续办好文旅产业发展大会等系列活动。结合拉萨半程马拉松、环拉萨自行车赛、高原斯诺克、中国西藏登山大会、跨喜马拉雅国际公路自行车极限赛拉萨赛段、尼木雅江漂流赛等丰富“赛事+文旅”活动。 优化文化艺术研学产品供给：提高国家级非遗代表性项目保护单位、非遗传承场馆智慧讲解、互动演示、体验教学等功能，培养本地非遗研学导师；挖掘世界遗产文化艺术价值，发展艺术研学旅游，推动景区开发夜游产品；挖掘松赞干布、仓央嘉措、宇妥宁玛·云丹贡布等名人历史，开发名人主题研学产品；推进尚嘎岗考古遗址、曲贡遗址文旅项目，开发高原考古研学产品，策划寻根考古主题线路。 优化高原生态研学产品供给：开发冰川水源地质研学产品，以秀色才纳净土健康产业园等现代农业园区开发劳动教育、游牧体验产品。 优化高原户外产品供给：依托羊八井户外运动基地等，加大登山培训项目市场开发。支持依托夺底沟自然崖壁发展攀岩等项目。以纳木措、思金拉措旅游景区、拉鲁湿地公园、廓琼岗日冰川、雅鲁藏布江中游河谷黑颈鹤自然保护区（虎头山水库）、拉萨河为重点，布局登山、徒步设施，支持城区周边乡镇、林周县、当雄县、曲水县等开发徒步线路。打造集滑雪、登山、徒步、美食、冰雪艺术展示为一体的冰雪旅游产品。推出2—3条“CITYWALK&CITYRIDE”线路，推进拉鲁湿地骑行服务体系建设。
--

附表 4

丰富文旅消费新场景专栏

培育国际化文旅消费集聚区：推动八廓街、慈觉林藏院风情街、藏游坛城形成国际文旅消费地标，加大文化展演、品质文创、元宇宙旅游、非遗体验等业态入驻，支持街区举办、承办各类消费促进活动。 推出非遗旅游新空间：推出新型非遗旅游空间，支持旅行社将非遗旅游产品作为自选项目纳入入境旅游行程。 营造夜间文旅消费场景：提升《文成公主》《金城公主》等文化旅游剧目国际化品质，打造情满拉萨河、纳木措之恋等常态化文旅演艺项目，探索开发唐蕃奇妙夜等数字沉浸式夜游项目。 丰富拉萨美食消费场景：培育一批文创型美食产品，结合拉萨元素开发文创咖啡、甜品、下午茶、美食伴手礼等产品；挖掘和推广一批拉萨老字号、老味道餐饮产品，推进“拉萨老字号”餐厅认定工作；鼓励支持餐饮企业改良传统西藏美食风味，以适应外地游客口味偏好。 激活文创旅游购物场景：完善旅游商品销售网络，加大“拉萨游礼”文创商品、西藏各地市旅游伴手礼铺货范围。加大离境退税购物点建设，争取更加开放便利的免税购物政策。促进文化创意赋能旅游商品，支持博物馆（陈列馆）及文化遗产管理单位采取合作、授权等方式，吸引社会力量参与文化创意产品研发、生产、经营试点；加强对民族品牌老字号文化商品的创意化扶持。 促进交旅融合构建消费新场景：引进新能源双层观光巴士，运营1—2条旅游公交线路。丰富高原风光游览产品，支持景区引入观光缆车项目。
--

附表 5

培育国际旅游线路专栏

追寻松赞足迹，解读西藏历史—拉萨经典巡礼之旅：布达拉宫—大昭寺—八廓街国家历史文化街区—小昭寺—唐卡产业园—色拉寺—罗布林卡—西藏博物馆—哲蚌寺—楚布寺—行者·黑帐篷羊八井游客服务中心—纳木措扎西岛景区—热振寺—斯林寺—夏寺—甲玛景区—扎叶巴寺

饱览高原奇境，发现地球第三极—雪域生态穿越线路：罗布林卡—拉鲁湿地国家级自然保护区—雅鲁藏布江中游河谷黑颈鹤自然保护区（虎头山水库）—旁多水库—热振国家森林公园—姆蓝雪山—纳木措扎西岛景区—行者·黑帐篷羊八井游客服务中心—羊八井国家地质公园—琼穆岗嘎雪山景区—尼木吞巴景区—西藏野生动物保护园—俊巴渔村—色甫生态度假区—西藏牦牛博物馆

走进非遗珍宝，碰撞艺术火花—西藏艺术审美之旅：西藏非物质文化遗产博物馆—吉本岗艺术中心—拉萨策门林民族手工艺传承中心—西藏美术馆—尼木吞巴景区—俊巴渔村

骑遇拉萨新城，慢享纯净自然—高原户外休闲之旅：拉萨市中华文化公园（骑行）—滨河路（骑行）—南山公园—白纳村露营—甘丹寺—思金拉措徒步

打卡小众景点，探访烟火生活—民俗文化体验之旅：拉萨出发—直贡梯寺—德仲温泉—羊日岗红色遗址（兵站）—尼江非遗作坊体验—吞巴故里—尼木雅江漂流赛—达普天文历算台—甲玛景区—达东村

附表 6

实施联合营销专栏

加强西部国际旅游合作：推动构建新藏、川藏、滇藏、青藏以及甘藏 5 条廊道，支持以交通线路为载体的旅游联盟建设和发展，重点在联合营销、客源互送、行业资源共享、旅游线路共建等方面达成战略协作。积极参与以自然、人文、交通为纽带的旅游大品牌建设，培育“茶马古道”“唐蕃古道”“香格里拉”“G318”等国际性品牌产品，参与支持中国唐蕃古道国际旅游推广联盟、中国大香格里拉旅游推广联盟、西部自驾旅游联盟等的联合营销行动，提升中国西部旅游的整体形象。围绕培育“茶马古道”“G318”国际旅游品牌，联手友好城市，推动市场、信息共享，品牌、线路共建，促销、节赛共推，共建国际旅游黄金线路。加强环喜马拉雅旅游合作，以中国西藏“环喜马拉雅”国际合作论坛为支点，持续创新环喜马拉雅地区生态文化展览展示交流活动，丰富区域文化体验内容。