

# 九华山交通转换中心功能提升项目 可行性研究报告

安徽九华山旅游发展股份有限公司

二〇二二年三月

## 一、项目概况

1. 项目名称：九华山交通转换中心（汽车客运站）功能提升项目

2. 建设地点：九华山风景区九华乡柯村

3. 项目实施单位：安徽九华山旅游客运有限责任公司

4. 项目建设主要内容：一是新建生态立体停车场，停车位 5000-6000 个，配套建设旅游服务和客运站设施，并引进智能化停车管理系统；二是对现九华山游客服务中心进行功能改造提升，优化交通换乘设施、客运站设施、旅游服务设施。

5. 项目投资：总投资估算为 3.4835 亿元

6. 建设期：总建设期 21 个月

7. 资金筹措：以自筹资金投资建设

## 二、项目建设内容

1. 利用游客服务中心、中心大酒店北侧约 156 亩土地，建设生态立体停车场，引入智能化停车管理和服务系统，满足自动收费、泊车、寻车、监控等功能，停车位近 5000-6000 个。

2. 现有游客服务中心占地 66 亩，建筑面积 3200 平米。拟对游客服务中心进行功能提升，改造后建筑面积达到 10123 平米。满足高峰期 5000 人/小时的游客通行要求，满足游客咨询、导服、购票、检票、候车、换乘、防疫、应急、

信息化、办公等功能。

3. 将现有游客服务中心内的长途汽车站和景区公交站功能移出（重新建设），减少旺季高峰期对进山游客秩序的影响。

4. 整合杰达九华山长途客运站功能，打通与各大城市的旅游交通线，进一步加强与高铁站的联系与对接。

5. 在游客服务中心内和游客步行离山通道处布置池州农特产品、旅游纪念品卖场，增加交通换乘中心对客户服务功能，并盘活九华广场存量资产。

### 三、项目建设的必要性

1. 九华山游客中心的设施亟待改造升级。为缓解九华街区交通压力，管委会在节假日实施了常态化的交通管制，柯村片区是来山游客交通转换的节点。而九华山游客中心建造于2004年，系按年进山100万游客量（团队占80%、散客占20%）规模设计，售检票、停车及进出站等工作以“人工”为主，随着客流增长“停车难、露天排队、管理被动”的现象日益显现，游客中心的软硬件设施设备亟待改造升级。

2. 景区现有停车场已不能满足高峰期的游客停车需求。九华山景区接待游客量不断增长，其中自驾游比例达到80%以上。但山上片区现有各类停车场仅1000余个车位，山下柯村片区仅有游客中心和文化园2个规模停车场，停车位约3800个，已不能满足节假日等高峰期的停车需求。

3. 九华山风景区转型升级的需要。九华山风景区是池州旅游的重要组成部分，是安徽省重点打造的旅游景区之一。推进九华山旅游配套设施建设，改善旅游环境，提高旅游综合接待能力，满足旅游消费需求，对做大做强池州旅游产业和增强企业的经济效益具有重要意义。

4. 巩固公司在九华山景区交通的核心地位。九华旅游客运公司专营九华山景区的内线交通，游客中心停车场和接待大厅是客运公司有序运营的重要载体，改造提升交通转换中心功能既可以提升游客满意度，也将进一步巩固公司在九华山景区交通的核心地位。

#### **四、项目建设的可行性**

九华山交通转换中心功能提升项目符合国家产业政策和九华山风景区总体规划、土地利用规划，政府相关部门对本项目大力支持；项目服务于来九华山的游客，具有较稳定的市场基础；项目建设单位从事旅游行业近 20 年，有着丰富的旅游经营经验，各类管理技术人才齐备；同时项目有着较好的经济效益和社会效益。

#### **五、项目投资估算**

项目估算新增总投资 3.4835 亿元，其中：游客服务中心改建 1504.17 万元，游客服务中心扩建 4216.28 万元，生态立体停车场 20498.66 万元，工程建设其它费用（含土地）7407.67 万元，工程预备费 1208.21 万元。另利用原固定资

产约 1.1 亿元。

## 六、经济效益分析

项目建成后主要经济技术指标如下：

序号	指标	单位	数值	备注
1	年营业收入	万元	15114	经营期均值
2	年总成本费用	万元	10126	
3	年利润总额	万元	4892	
4	年所得税	万元	1223	
5	年税后利润	万元	3669	
6	投资利润率		10.67%	
7	财务内部收益率		10.86%	所得税后
8	税后投资回收期	年	9.54	含建设期
9	税后财务净现值	万元	10143	折现率 8%
10	保本运营收入	万元	9383	

## 七、项目进度安排

项目计划 2022 年 5 月动工，2024 年 1 月全部完工交付使用。

## 八、结论

综上所述，本项目符合国家产业政策，符合九华山总体规划及公司发展战略，项目建成将进一步完善九华山风景区的旅游基础设施条件，可进入性和旅游接待能力将大幅改善，具有良好的经济效益和社会效益。