

# 舍得酒旅融合项目可行性研究报告

2025年3月

# 目录

第一章 市场分析与预测.....	3
1.1 文旅政策分析.....	3
1.2 国内旅游市场分析.....	3
1.3 项目周边旅游市场分析.....	6
1.4 舍得文旅发展情况分析.....	6
第二章 项目建设背景及必要性.....	8
2.1 建设背景.....	8
2.2 建设必要性.....	8
第三章 项目选址.....	9
3.1 区域地形地貌.....	9
3.2 区域气候条件.....	9
3.3 区域水文条件.....	10
3.4 经济状况.....	10
3.5 交通运输.....	11
3.6 文旅产业.....	11
第四章 项目定位及规划.....	12
4.1 项目定位.....	12
4.2 发展方向.....	12
4.3 规划策略.....	13
4.4 设计策略.....	13
4.5 项目规划.....	14
4.6 项目主要指标.....	16
第五章 项目实施进度安排.....	17
第六章 投资估算.....	18
6.1 投资估算.....	18
6.2 资金筹措.....	18
第七章 投资可行性分析.....	20
7.1 经济效益分析.....	20
7.2 社会效益分析.....	20
7.3 项目价值分析.....	21
7.4 投资风险分析.....	21
第八章 项目结论.....	24

# 第一章 市场分析与预测

## 1.1 文旅政策分析

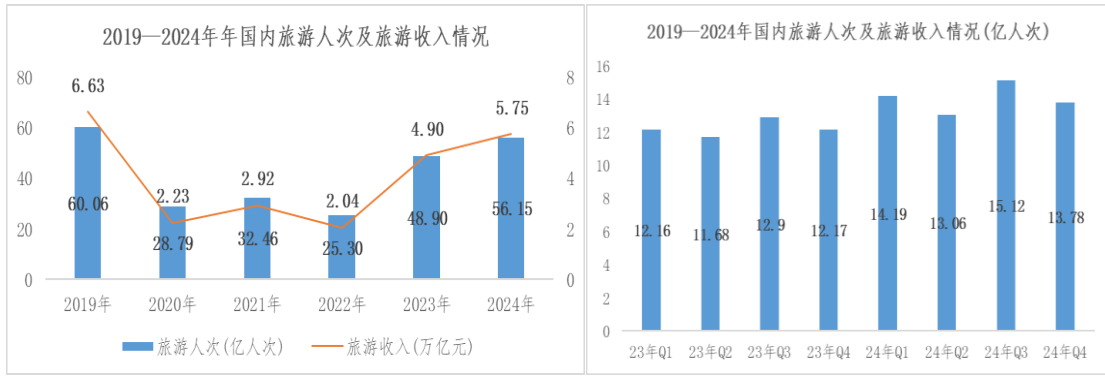
1、全国层面：政策持续更新，支持文旅行业高质量发展。2024年，中央部委共发布了文化和旅游相关政策132项，全方位布局文化和旅游事业高质量发展。不同地区的重点省市发布了文化和旅游相关政策259项，以智慧化、创新发展为主线，加速布局低空经济和未来产业。

2、遂宁层面：大力培育新消费场景、打造夜经济；积极打造传统赛事、节庆节会活动。

3、射洪层面：以诗酒文化为魂，布局全域旅游。首先，打造“文旅+”综合体，发展夜经济，盘活存量资源，不断完善“大文旅”产业链；其次，提升旅游线路服务配套功能，构建“快进慢游”综合交通网络体系；最后，在酒旅方面，推动“白酒+文化+文旅”的跨产业、跨领域深度融合产业发展模式。

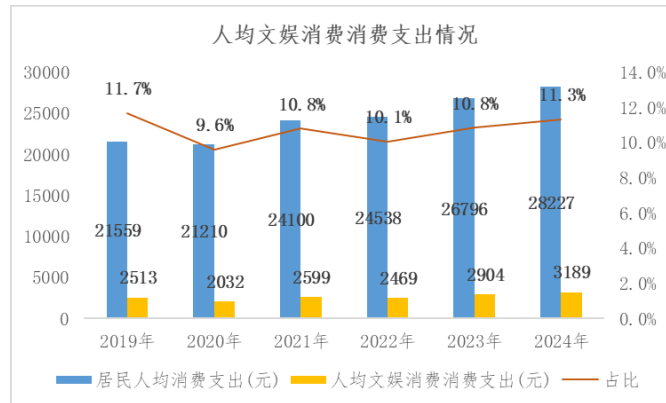
## 1.2 国内旅游市场分析

全国旅游人次、旅游消费收入自2023年来实现显著增长，整体市场已接近2019年水平，旅游市场整体呈现强劲复苏和繁荣发展的态势。



(数据来源：中华人民共和国文化和旅游部)

人均文娱消费支出、人均文娱消费支出占人均消费支出比例均保持稳步增长，居民消费潜力进一步释放。



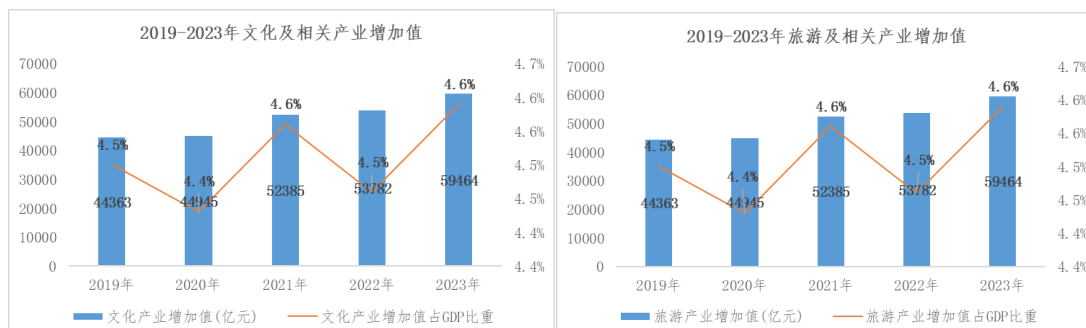
(数据来源：国家统计局)

2024年节假日旅游人次 20.05 亿人次，同比增长 26.02%，旅游收入 17254.71 亿元，同比增长 28.03%，居民节假日出行旅游需求旺盛，消费体量保持持续增长。

假日	旅游人次(亿人次)	旅游收入(亿元)
元旦(3天)	1.35	797.3
春节(7天)	4.74	6326.87
清明(3天)	1.19	539.5
五一(5天)	2.95	1668.9
端午(3天)	1.1	403.5
中秋(3天)	1.07	510.47
国庆(7天)	7.65	7008.17
2024年总计	20.05	17254.71
2023年总计	15.91	13476.76
同比增长	26.02%	28.03%

(数据来源：文化和旅游部统计公报)

文化产业、旅游产业增加值整体呈现稳步上涨趋势，对国民经济发展的支撑力度稳步提升，成为推动经济高质量发展的重要动力。



(数据来源：国家统计局)

文旅新质生产力注入新动能，政策导向的引领力、内循环消费的支撑力、科技创新的赋能力、流量经济的焕活力，四大核心驱动奠定高质量供给基础，数字文化供给激活新引擎，文化传播能力持续增强，高等级景区供给再上新台阶，现代文旅产业体系迈向“量质齐升”。

### 2024 年文化和旅游数字化创新示范案例

序号	案例名称	申报单位
1	国家自然博物馆数字人及 AR 导览	国家自然博物馆
2	黑河蝴蝶云谷中俄通	黑河市文化广电和旅游局
3	钢铁是这样炼成的-数字工厂全景体验中心	南京钢铁股份有限公司
4	“藏品云”赋能美术典藏资源智联共享惠民	浙江美术馆
5	景德镇古陶瓷基因库与数字化平台	景德镇御窑博物院
6	探元数字文化开发平台	深圳市腾讯计算机系统有限公司
7	海南放心游消费投诉先行赔付	海南省旅游和文化广电体育厅
8	贵州长征文化数字艺术馆（红飘带）	贵州省文化旅游科技有限公司
9	话剧《苏堤春晓》“第二现场”	中国国家话剧院
10	旅游数字化赋能平台	景区交易数据要素化文化和旅游部技术创新中心

(数据来源：文化和旅游部)

现象级文旅热点带动产业供给创新，文化自信开始具象化；传统

认知被颠覆，为行业打开了新的发展空间；边界逐渐模糊，跨界融合催生更多新型文化和旅游融合业态。

### 1.3 项目周边旅游市场分析

射洪市地处四川盆地中部、涪江中部、成渝地区双城经济圈发展主轴，辖区面积 1496 平方公里，人口 92.42 万，拥有“全国县域经济百强县”、“全国美丽乡村创建先进县”、“全国文化先进县”、“中国曲艺之乡”、“四川省乡村旅游强县”等荣誉称号。

项目 200 公里范围分布流量型影响力资源包括：三星堆、成都大熊猫基地、阆中古城、青城山都江堰、重庆大足石刻等；相邻区域也已布局具备特殊竞争力旅游资源：射洪子昂故里、遂宁观音故里，共同构建成渝经济圈北环文旅竞争格局。射洪除舍得 4A 景区外，周边已聚集子昂故里、饶益寺、侏罗纪公园、3536 三线城等旅游资源，整体构建“一城三核一轴、五区多点一环”的全域旅游联动架构。

### 1.4 舍得文旅发展情况分析

现有舍得文化旅游区是主要由舍得艺术中心、泰安作坊、生态酿酒车间、生态粮仓、312 制曲园、陶坛贮酒库等组成，在 2021 年被评为国家 4A 级景区后，游客人数保持高速增长，2024 年接待游客数量已超 20 万人。

然而，随着游客人数的不断增长，旅游区相关配套设施不足的问题愈发凸显，一是现有酒店接待能力已不足；二是商业配套和体验性

项目严重匮乏，导致客户过夜需求低，客户粘性不足。因此，园区迫切需要增加客房数量、增加商业配套及体验性项目。

## 第二章 项目建设背景及必要性

### 2.1 建设背景

中国酒旅市场经过多年的持续发展与迭代，已从早期的商务观光阶段、工业观光阶段，正式进入酒旅深度融合阶段。酒产区、酒城、酒镇、酒综合体、酒庄、酒厂、酒街、酒肆(馆)等形态丰富的酒旅项目，正在成为中大型酒企、产区政府共同着力发展的方向。产业、产区、产品的品牌 IP 化、内容化、沉浸化已成为白酒价值的新认知、消费习惯及消费趋势的体现。

### 2.2 建设必要性

#### 2.2.1 舍得品牌迭代需要

舍得品牌内涵扩展、内容运营、载体扩展、形象提升，需要酒旅融合的线下场景的持续运营及线上的可持续传播。

#### 2.2.2 流量竞争迭代需要

白酒行业竞争中流量之争日趋重要，通过酒旅融合项目内容运营促成舍得线上、线下流量的持续提升。

#### 2.2.3 舍得文旅发展升级需求

现有文化旅游区酒店客房及景区现有的工业游项目的接待能力不足、商业配套匮乏、体验性项目欠缺等问题日益突出，舍得文旅急需提档升级。



## 第三章 项目选址

本项目位于四川省射洪市舍得酒业厂区周边，其中建设项目主要位于厂区东侧，总建设用地面积约 140 亩、拓展生态旅游功能区约 1000 亩（非建设用地）。

### 3.1 区域地形地貌

射洪市境呈心脏形，西北高，东南低。射洪市为典型的红层丘陵地貌，以丘陵为主，地貌类型有低山、高丘、中丘、低丘、河谷地貌。境内海拔最高点 674 米（金华镇武东天宝寨），海拔最低点 299 米（沱牌镇涪江出口处），相对高差 375 米。

沱牌镇地处射洪市南部，东接青堤乡，南连大英县回马镇，西接太乙镇，北邻瞿河乡、洋溪镇，区域面积 74.55 平方千米。地势略为西高东低，平均海拔 324.25 米。区域用地山水格局明显，对文旅项目打造奠定了有利的基础。

### 3.2 区域气候条件

射洪市气候属亚热带季风气候。无霜期长达 284 天。年平均日照 1310.7 小时，年平均辐射总量为 90.673 千卡/平方厘米，年平均气温 17.4° C，自然生态资源优良，森林覆盖率保持在 36%以上，全年空气质量优良天数率达到 93.2%，为射洪市的农业和旅游业提供了良好的基础。

### 3.3 区域水文条件

射洪市境位于盆中岷、沱、嘉中下游与盆北嘉陵江中下游春季较少水区的分界线上。自然水系以涪江为主干流，梓江、青岗河、桃花河、富同河为主支流，呈树枝状延伸全县境域。多年来水情一直保持稳定状态。涪江由西北向南蜿蜒贯穿沱牌镇域，在沱牌镇镇区形成约 600 米宽\*5000 米长的柳湖湖面，为区域文旅发展提供更多延展空间。



### 3.4 经济状况

射洪深入实施“实业兴市”战略，做强优势产业，夯实发展“硬支撑”。2024 年实现地区生产总值 417.93 亿元、增长 6.5%；连续三年入围全国县域经济百强县榜单，从第 98 位稳步上升至第 89 位。

### 3.5 交通运输

高速配套方面，成渝环线高速、遂德高速、城南高速为射洪交通带来巨大便利。射洪综合交通塑造近年来持续发力，机场、铁路、高速立体交通规划同谋划同部署同实施。A1类通用机场选址报告编制已完成，绵遂内铁路（射洪段）正式开工建设（预计2028年投运），货运铁路专线纳入国家2024—2025年铁路专线重点建设项目。三大乐高速、射西高速、国道247改建、S101等项目正在推进。

### 3.6 文旅产业

近年来，射洪大力实施“文旅兴市”战略，充分挖掘“子昂文化、诗酒文化、孝德文化、科普科考文化”四大文化，文旅产业发展不断推进，文旅品牌影响力持续提升。截至2024年底，射洪市共有1020处旅游资源，国家4A级旅游景区3个、3A级旅游景区4个、省级工业旅游示范基地2个。其中，侏罗纪景区获评全国科普教育基地，3536三线城项目荣获四川省文旅融合示范项目。

综上所述，本项目选址所属区域经济发展良好、区位优势明显、人文文化浓郁，区域山水条件优越，建设条件良好。

## 第四章 项目定位及规划

### 4.1 项目定位

承袭“与世界分享舍得智慧”的使命和愿景，导入国际资源，实现国际视野与中国元素完美融合，打造舍得文化之城，构建名酒名镇，实现从“营销舍得酒”到“打造生活方式”再到“弘扬东方智慧”的迭代。

### 4.2 发展方向

结合国内外案例研究，舍得酒旅融合全域发展的四大方向为：

1、**以舍得文化输灵魂**：文化是链接人与城市的情感纽带，以舍得文化，筑牢精神内核从而实现项目乃至城市的绝对差异化，弥补城市能级造成的引力与认知不足；

2、**以政企协同树保障**：整合政企资源，以点带线促面，统一规划下逐步实现蜕变，根据政企合作界面及发展梯队，划分内、中、外环，实现圈层发展，打造全国示范；

3、**以镇旅整合创场景**：整合内外部优质产业资源，实现工业游与度假游的深度融合、文旅与产业的深度融合、景区与城市的深度融合。打造白酒产品体验新场景、文旅消费新场景、城市未来新场景；

4、**以持续运营构势能**：以运营为抓手，持续升级资产运营能力，实现资源的高效配置与协同发展，以启动项目带动外部投资的融入，实现片区一体化发展。

#### 4.3 规划策略

1、推动超级事件落地，可通过公益+教育+青少年等超级事件的启动，提升项目全球影响力；

2、构建“1+N”的 IP 平台化战略，创造强竞争力的产品矩阵，为项目持续引流；

3、“内中外”三环布局，功能交融、城旅共融。以内环促进中环，以中环带动外环，实现三环融合，产业兴镇；



4、立足射洪，寻找具备全球视野的团队推动项目策划、规划工作，赋能一流规划品质。

#### 4.4 设计策略

3 个圈层分重点深耕内容：

内环-溯源：城市设计与产品设计中突出酒厂节点动线的优化提升与空间体验数字化营造，通过强化塑造场景化的体验，提升传统工业旅游的吸引力。

**中环-创新：**全层级设计谋划酒旅业态的空间联动融合，核心建筑空间的国际化营造，老街区城市更新与提升，以全球视野及国际创意，东方文化融合打造酒旅活力核心。

**外环-协同：**全域旅游格局统筹规划，强化区域协同发展、生态脉络延续以及文旅交通动线体系的搭建与引导。

#### 4.5 项目规划

酒旅融合项目总体规划范围包括三大板块：

一是**内环-舍得生态酿酒工业园**，主要为现有舍得工业游提升及运营，主要服务企业及专业客群。战略目标上，实现从传统酒厂观光游到文化深度体验游的全面升级，突破生产、体验与消费的边界，打造老酒对话世界的窗口，让舍得老酒的品质不仅喝得出，还能看得见、摸得着、闻得到。产品规划上，打造1-3-6酒文化沉浸体验游产品体系。

二是**中环-舍得文化度假区**，主要包含拟新建的舍得Club Med酒店、舍得文化街区及度假配套功能区，主要服务休闲度假客群。

其中，舍得Club Med酒店通过开启一段从舍得酒文化出发的探寻，还原诗酒之乡的经典风貌，打造全球第一个“诗酒人生”为主题的全新制地中海度假村。度假村内将诗意生活、白酒文化和诗词顶峰时代的唐宋文明完美融合，为游客打造极致体验。业态上规划酒香食府、舍得酒肆、华池养生、兰亭颂会、文创空间、游龙嬉水等产品。

舍得文化街区的打造上，导入国际化品牌资源，实现国际视野与

中国元素的完美融合，通过核心项目撬动片区发展，打造东方生活美学先锋度假地，立足成渝客源市场，极致度假，卖产品向卖生活方式的转变。文化表达上：通过舍得文化符号、业态进行植入，让客户体验舍得，实现种草。空间策略上，打造主街界面，疏通内巷道路，构建公共空间网络。价值驱动上：以线带面，实现辐射效应，强化舍得的核心价值，将品牌的文化通过项目载体呈现传递出来，整体街区打造是以软销售场景搭建为底层逻辑。业态上规划舍得风尚市集、舍得品牌艺术馆、舍得五感创艺坊、中华礼学堂、演艺空间等一系列产品。

度假配套功能区的打造中，规划原粮之野、国际研学营地、涪江画舫、风华光影夜游等产品，全年设置精彩纷呈的活动：与外部协会及产业资源合作，打造超级事件，形成话题及人气的集聚。

**三是外环-舍得之城**，主要包含沱牌场镇能级提升及周边文旅资源整合，汇聚文化引领的产业人口。政企合力，双赢互利，实现舍得城市 IP 的全面升级，实现城市形象焕新，首先吸引的是文旅产业的蓬勃兴起。借城市 IP 东风，企业拓展产品线，开发文创产品、定制旅游线路，把品牌深度嵌入城市体验，收获新消费群体青睐，实现销售额与品牌美誉度直线上扬。

通过持续运营，实现内中外环客户的相互转化，赋能舍得发展。

#### 4.6 项目主要指标

内环主要为现有工业游项目及重点项目提升，由上市公司实施；外环由政府实施。拟成立的四川沱牌舍得文化旅游发展有限公司负责建设实施的是中环-舍得文化度假区，主要包含舍得 Club Med 酒店、舍得文化街区及度假配套功能区。项目总体打造完成后，内中外环由四川沱牌舍得文化旅游发展有限公司统筹运营。

舍得酒旅融合项目主要产品指标

区域	产品内容	实施主体	占地面积	建筑面积
内环-舍得生态酿酒工业园	舍得工业游	舍得酒业（基本已实施，少量升级，不计入项目投资）		
中环-舍得度假区	舍得 Club Med	四川沱牌舍得文化旅游发展有限公司	建设用地 60 亩	约 4.5 万平米
	舍得文化街区		建设用地 80 亩	约 4.8 万平米
	度假配套功能区		约 1000 亩（非建设用地）	景观及游乐设施为主，少量配套建筑
外环	城镇基础设施配套 文旅基础设施配套	政府实施，不计入项目投资		

说明：以上产品规划在公司成立后会开展系统的策划与规划，实施产品内容以最终规划为准。



## 第五章 项目实施进度安排

内环舍得生态酿酒工业园、外环舍得之城结合总体规划持续推进。项目中环舍得文化度假区总规划期预计 3 年 9 个月（45 个月），计划到 2026 年 3 月完成项目规划设计、报批等各项工作；项目分板块分标段开工，最早 2026 年 6 月起开始施工，2028 年 6 月试营业，2028 年年底正式投运。各版块计划实施时间总体安排如下：

时间	主要内容
2025 年 6 月	完成项目总体策划方案
2025 年 9 月	完成项目总体概念规划（舍得文旅发展、政府共同推动）
2025 年 12 月	完成舍得 Club Med 及舍得文化街区方案设计（舍得文旅发展公司主导） 完成舍得之城启动项目设计（政府主导）
2026 年 3 月	启动舍得文化度假区项目（舍得 Club Med 及舍得文化街区）建设（舍得文旅发展公司主导） 启动舍得之城配套项目建设（政府主导）
2028 年 6 月	舍得 Club Med 及舍得文化街区试营业 舍得之城主要配套项目建成（政府主导）
2028 年 12 月	舍得 Club Med 及舍得文化街区正式营业

## 第六章 投资估算

### 6.1 投资估算

拟由新成立的四川沱牌舍得文化旅游发展有限公司负责实施的项目预计总投资约 12 亿元，主要构成如下：

（一）舍得 Club Med 酒店项目投资：总计 6.18 亿元

序号	项目	总投资(万元)
	酒店总投资	61,755
一	Club Med 建设成本	57,543
二	管理费用	1,711
三	在运营酒店装修	1,000
四	营运资金	1,500

（二）商业街区投资：总计 4.84 亿元

序号	项目	总投资(万元)
	商业总投资	48,386
一	商业建设成本	46,020
二	管理费用	1,366
三	营运资金	1,000

（三）配套项目建设：总计约 5000 万元，包括酒厂临近范围内的重点场景打造（如位于涪江上的江心岛）；

（四）剩余部分：总计约 5000 万元，用于补充项目流动资金，或视项目推进情况进行灵活使用。

注：以上投资测算为预估数，以后续实际投资为准。

### 6.2 资金筹措

**自有资金投入：**项目计划由上市公司、四川沱牌舍得集团有限公司、射洪市通泉酒业投资开发有限公司分别按照 49%、36%、15%的股

权比例，设立项目合资公司，并分阶段共同完成 12 亿元出资，实施项目建设与运营。

## 第七章 投资可行性分析

### 7.1 经济效益分析

本项目拟通过构建复合型业态组合形成多元收入矩阵，主要收入来源为酒店运营收入、商业运营收入、文旅场景运营收入、文旅产品销售收入等四大核心板块。以上业务单元将通过资源协同，形成互补机制，构建多层次盈利体系。

经测算，预计本项目主要财务指标如下：

- 1、内部收益率（所得税后）：8.5%；
- 2、项目投资回收期（含建设期）：11.47年。

### 7.2 社会效益分析

#### 7.2.1 城市发展贡献

通过酒旅融合项目的打造，带来中国白酒之乡品牌内涵及知名度的提升，对射洪的影响力及城市能级具有明显的促进作用，助推射洪第二经济中心的成型。

#### 7.2.2 区域产业贡献

打造国内领先的产旅城融合项目，通过旅游传统要素与新要素融合带来产业内容迭代，实现区域一二三产业融合发展、构建射洪、遂宁旅游环线。

## 7.3 项目价值分析

### 7.3.1 文化传承

通过项目打造与持续运营,实现历史文化、地域文化、企业文化、白酒文化的持续融合与发展,实现企业文化的传承与创新。

### 7.3.2 场景构建

实现酒业营销场景的迭代升级,提升客户文化体验(线上+线下)。

### 7.3.3 形象提升

通过酒旅融合项目的打造与运营,构建区域产-旅-城体系,实现园区及周边区域形象的明显提升。

### 7.3.4 品牌迭代

通过文化传承与创新、沉浸体验场景运营,丰富酒企品牌文化内涵、实现品牌内涵迭代提升;结合酒旅融合运营,持续带来品牌传播内容迭代,实现与传统酒企的差异化。

### 7.3.5 营销提升

以酒文化旅游为平台,探索基于旅游活动的公共关系营销、体验营销、定制营销、活动营销及产地营销等,推动上市公司销售业绩的提升。

## 7.4 投资风险分析

**7.4.1 行业周期波动风险:** 文旅行业受宏观经济环境、消费政策及居民消费意愿波动影响显著。若未来经济增速放缓、消费降级趋势延续,可能导致客流量增长乏力、游客消费能力下降,进而影响项目

门票、衍生品及体验服务的收入预期。此外，文旅行业存在节假日依赖度高、季节性供需不平衡等特征，突发性事件（如疫情、自然灾害）可能加剧短期经营波动。未来，本项目将通过多元产品组合、淡季营销创新等方式平滑周期影响，平滑经营风险。

**7.4.2 客流不及预期风险：**文旅项目的客流量可能受多重因素扰动，若文化体验特色、品牌吸引力未充分触达目标客群，可能导致实际客流低于预测值。同时，消费者偏好变化、区域交通配套滞后等变量也存在导致客流增长不达预期的可能性。对此，本项目将通过特色场景打造、精准营销活动、IP 联动及会员体系导流来提升获客能力。

**7.4.3 跨行业协同管理风险：**本项目为酒行业与旅游行业相融的项目，为整合式创新产业，对项目规划设计、建设开发、服务运营、团队专业性等方面要求较高，若未能有效整合白酒主业资源与文旅资源，可能导致管理协同效果不达预期，影响项目核心竞争力。因此，本项目拟建立跨产业协同管理平台、培养复合型人才以提高协同管理能力。

**7.4.4 市场竞争加剧风险：**酒旅融合业态近年来快速发展，竞争存在加剧，可能导致项目实际收益低于预期。本项目将通过深化文化 IP 植入、创新沉浸式消费场景打造及强化会员私域运营等方式提升差异化竞争力。

**7.4.5 投资收益不达预期风险：**本项目前期需投入较大资金用于建设及市场培育，实际回报周期可能因文旅消费变化、区域竞争格局变化等因素长于预期。同时，客流量、消费频次等核心指标仍存在不

及预期的可能性。未来，本项目将通过财务监控优化资金效率、产品创新对冲市场波动、专业团队保障执行效能，形成三维风险对冲机制。

## 第八章 项目结论

酒旅融合项目的打造，是行业发展的必然趋势，通过布局酒旅融合项目，能够让公司在行业调整期中保持竞争活力，应对不断迭代的行业竞争，实现品牌内涵扩展、品牌形象提升、内容运营深化，对营销增长预计能够发挥积极的作用。虽然本项目投资回收期较长、投资回报率低于主业白酒销售，但公司拟联合控股股东沱牌舍得集团及地方政府平台公司共同出资建设，可借力控股股东的资源优势与地方政府的支持，最大化发挥杠杆效益、实现长远战略目标。

综上，本项目战略意义明显，对公司品牌提升作用显著，预计投资收益相对稳定，具备投资可行性。