

杭州宋城旅游发展股份有限公司

关于武夷山宋城文化旅游度假区项目的
可行性研究报告

二〇一二年六月

目 录

第一节 项目概况.....	1
一、项目简介.....	1
二、投资背景.....	1
三、投资主体与投资内容	4
第二节 投资方案.....	8
一、投资总额.....	8
二、出资及股权设置	8
三、子公司经营范围	8
第三节 项目实施的必要性.....	9
第四节 项目实施计划.....	12
一、子公司成立与业务开展	12
二、子公司的管理架构	12
第五节 项目效益分析.....	13
一、经济效益.....	13
二、社会效益.....	14
第六节 项目风险分析.....	15
一、市场风险与对策	15
二、经营风险与对策.....	15
第七节 结论.....	17

第一节 项目概况

一、项目简介

杭州宋城旅游发展股份有限公司（以下简称“宋城股份”）拟在福建武夷山市设立全资子公司——武夷千古情旅游发展有限公司（暂定名，以工商登记为准）。

项目选址武夷山市战备路西侧与武夷学院毗邻地块，建设武夷山宋城文化旅游度假区项目。子公司将打造以文化演艺、主题公园为一体的旅游文化项目，主要建设内容为千古情大剧院并推出一台大型歌舞《武夷千古情》、文化科技体验综合体、武夷闽越古街等，以及旅游后勤配套用房。项目依托武夷山得天独厚的自然风光、悠久的历史文化，充分挖掘武夷山历史文化要素，不仅可以填补武夷山室内旅游演艺空白，弥补武夷文化旅游和夜游市场的不足，还将深度整合武夷山旅游资源，丰富武夷旅游产品，延长游客停留天数，形成武夷山旅游规模集群效应。

二、投资背景

（一）所属文化、旅游两大行业为战略性支柱产业，发展前景广阔

宋城股份“主题公园+文化演艺”深度融合经营模式在一线旅游目的地城市的复制，在旅游业经营中体现出浓厚的文化特点，将旅游文化的高附加值在主题公园氛围中得以体现，使其享受了旅游业和文化产业的双重行业优势。

1、政策支持逐步提速 文化产业迎来“黄金发展期”

近年来，国家相继出台了《国务院文化产业振兴规划》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等支持文化行业的利好政策。

十七届六中全会通过《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，自上而下的政策大力推

动，与自下而上的对于文化的强大需求结合，将会造就中国文化产业大发展的长周期。

温家宝总理在 2011 年“两会”上作的《政府工作报告》中，将“十二五”期间国民经济年增率设定为 7%，并指出到 2015 年我国国内生产总值将超过 55 万亿元，文化产业占比达到 5%。根据这个目标进行测算，到 2015 年，我国的文化产业增加值应是 2.75 万亿元，文化产业增加值从 2010 年的 1.1 万亿元到 2015 年的 2.75 万亿元，年增率在 20%以上。

随着文化体制改革后续政策推进，继六中全会文化体制改革会议之后，文化体制改革议题呈纵深展开趋势，《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》于 2012 年 2 月 15 日重磅出台，推动文化产业成为国民经济支柱产业，文化体制改革也在逐步提速，并提出加大财政、税收、金融、用地等方面对文化产业的扶持力度，文化产业已经迎来黄金发展期。

2、景气上升，旅游行业迎来大发展

2009、2010 年国务院连续颁发了《关于加快发展旅游业的意见》和《关于加快发展旅游业意见重点工作分工方案的通知》，2011 年国务院副总理王岐山在工作会议中更是提出把旅游业打造成战略性支柱产业。

2011 年 12 月对外公布《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》明确到 2015 年中国旅游业总收入将达 2.5 万亿元人民币，年均增长率为 10%。《纲要》显示，到 2015 年，国内旅游人数达 33 亿人次，年均增长率为 10%；入境旅游人数达 1.5 亿人次，年均增长率为 3%；旅游外汇收入达 580 亿美元，年均增长率为 5%。旅游业增加值占全国 GDP 的比重提高到 4.5%，占服务业增加值的比重达到 12%，旅游消费相当于居民消费

总量的比例达 10%。

2012 年 2 月 16 日，国家七部委联合发布《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》，以加强和改进旅游业金融服务，支持和促进旅游业加快发展。这是对《国务院关于加快发展旅游业的意见》的进一步贯彻落实，同时也拉开了“十二五”期间国家出台具体旅游行业政策的序幕。

“十二五”发展主要目标是：到“十二五”期末，旅游业初步建设成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，在转方式、扩内需、调结构、保增长、促就业、惠民生等战略中发挥更大功能。

在国家政策支持的大背景下，我国文化产业、旅游业将出现新一轮的发展，在未来 5 至 10 年内处于快速发展的上升期。本项目在行业定位上积极响应了政府对社会产业经济结构的调整需求，项目的建成将进一步提升武夷山的文化旅游产业品质做出创造性贡献。

（三）武夷山旅游大发展为项目营造了良好的外部环境

武夷山风景秀丽，历史悠久，人文荟萃，素有“碧水丹山”之誉。1998 年 7 月，被评为中国首批优秀旅游城市，1999 年 12 月 1 日被联合国教科文组织世界遗产委员会列入《世界自然遗产和文化遗产名录》，武夷山列入“世遗”的区域总面积达 999.75 平方公里，是目前全国面积最大的世界遗产地，是继泰山、黄山、峨眉山 - 乐山大佛之后，我国第四个列入世界双重遗产的单位，成为全世界 23 个双重遗产地之一。2001 年 1 月被评为全国首批 4A 级旅游区，2007 年 5 月 8 日，武夷山风景名胜区经国家旅游局正式批准为国家 5A 级旅游景区。

为更好地促进武夷山旅游事业的发展，武夷山旅游局推出了十大文

化旅游精品线路，即茶文化之旅、红色文化之旅、原生态文化之旅、朱子文化之旅、宗教文化之旅、闽越文化之旅、养生文化之旅、柳永文化之旅、古窑文化之旅、饮食文化之旅。

十一五规划期间，武夷山旅游接待量与旅游总收入逐年增长，旅游接待量年均增长率超过 10%，旅游总收入年均增长率超过 18.5%。2010 年，武夷山市全年共接待中外游客 635.25 万人次。2011 年，武夷山市成为继厦门、福州之后两岸直航的又一航点。借助两岸直航的契机，武夷山将构建以厦门为轴心，香港、澳门、深圳、福州、广州为支撑点的区域旅游合作体系，延伸旅游线路，直接带动客流量的增长。

2011 年 6 月《福建省“十二五”旅游产业发展专项规划》正式印发，十二五期间，福建省将重点建设厦门、福州、武夷山三个一级旅游城市集散中心。《规划》称，未来 5 年福建省还将放宽旅游市场准入，打破地区壁垒，实现无障碍旅游；争取引进更多的央企和境外大型旅游企业来闽投资开发旅游项目；引导民资进入旅游业，争取更多社会投资。这些政策上的利好为本项目营造了良好的外部环境。

三、投资主体与投资内容

（一）杭州宋城旅游发展股份有限公司

宋城股份是中国旅游文化演艺第一股、连续三届荣获中国文化企业 30 强、2011 年被评选为最具影响力国家文化产业示范基地。宋城股份以“主题公园+文化演艺”为主营模式，成功打造了“宋城”、“千古情”品牌。在十多年的经营实践中，宋城股份形成了较强的核心竞争优势，具体如下：

1、经营模式优势

公司“主题公园+文化演艺”深度融合的经营模式，极大增强了各业务板块的协同效应，为公司最主要的核心竞争力。该经营模式有效克服了单一主题公园的文化内涵不够丰富、建成后缺乏创新和变化的缺陷。

公司将创新性强、文化元素丰富、剧目编排和节目变化灵活的旅游文化演艺节目置于主题公园氛围之中，使文化的高附加值得以在主题公园中得到体现，深化了主题公园的文化内涵，加深和丰富了游客的体验层次，保持公司较高的盈利水平。

2、创作和设计优势

公司拥有独立完整的规划设计和创作演出团队，是一支具有丰富的创作和设计水平经验的专业自主创造队伍。在对主题公园的规划和设计以及演艺产品编创过程中，结合了自身的创新理念，能够充分挖掘当地文化；同时，在产品运营期间，专业团队能够根据行业和市场的变化，不断融入自身的灵感和原创性的内容，对主题公园及演艺产品进行持续整改，及时获取和融合新鲜元素，使得产品体现出鲜明的特性和较高的文化内涵。创作和设计的优势是公司保持差异化经营和进行持续创新的重要保障。

3、营销优势

公司拥有专门针对团队营销的全资子公司营销公司，通过营销公司在杭州设立了1个营销中心（下辖嘉兴、宁波、台州、绍兴、金华5个营销办事处），并在南京、苏州、合肥、扬州、徐州、上海、黄山、南昌等地设立了营销办事处，截至2011年底，营销公司签订合作协议的旅行社已增至2,420家左右，其广度和深度均具有显著的优势，市场推广在稳定华东线的基础上，向全国辐射；同时，公司拥有强大的组团营销优势，开发及维护市场方面有着多年的实战经验，签约合作的企事业单位数千家。

公司逐步建立完善的策划、营销体系和队伍，形成业内一流的营销能力和品牌，与同类产品相比，有着极强的竞争力。强大的策划和营销优势为公司的品牌推广和客源组织提供了有力的保障，进一步拓宽公司

的市场销售体系，大幅增强了公司产品的渗透能力。

4、行业经验优势

作为我国较早进入主题公园和旅游文化演艺行业的企业之一，公司经过十多年的探索，在主题公园的设计和运营、旅游文化演艺节目的创作和编排以及管理、营销、业绩考核等各领域均积累了丰富的运作经验，相比其他新进入的企业具有较明显的先发优势。公司的管理层和核心人员在行业内拥有广泛的人脉资源和深厚的运作经验，将艺术和市场完美融合，形成了极高质量的旅游文化节目，并且以低成本的运营模式获取最大的盈利水平，获得业界的广泛认可，具备难以挑战的竞争实力。

5、专业化管理优势

公司采取市场化的激励机制和内部人才选拔机制，建立了稳定高效的创作、设计和营销团队：通过监督机制保证公园品质和演艺产品质量；通过考核机制激励经营公司的积极性；通过竞争机制自主培养业务骨干及专业化人才。2011年，公司员工由上一年度末499人增加到754人，营销、编创和管理等团队的规模得到进一步扩大，能力结构进一步完善。公司培养和储备的管理和业务骨干人才，已经可以支持公司同时经营多个主题公园和大型旅游文化演艺节目。大量专业人才的培养和储备，规避了公司经营严重依赖个别专业人才的现象，也为公司各项业务的开展提供了充足的人力资源保障。

6、品牌优势

宋城股份作为中国文化演艺第一股，在业内已树立了良好的企业与企业形象，在全国一线旅游目的地复制的过程中已凸显出了公司强有力的竞争优势，同时良好的品牌认知度也为企业带来了广泛的客源聚集效应。品牌经营是宋城股份加速扩张的重要有效手段之一，以品牌拓展企业发展空间、扩张市场规模，从而促进公司走上快速扩张、规模经营的

道路。

2010年12月，宋城股份首次公开发行股票并在创业板上市，募集资金22.26亿元。此次募集资金，不仅可以完善宋城股份现有的设施和项目，还可以借助品牌号召力的提升，在全国范围内复制其“主题公园+文化演艺”的独特经营模式，在一线旅游目的地城市迈出异地拓展的步伐，实现宋城股份和“千古情”系列的全国连锁经营，将公司打造成为中国最具竞争力和成长性的文化演艺企业之一。

（二）投资内容

宋城股份将组建全资子公司，在福建省武夷山市兴建武夷山宋城文化旅游度假区项目。本项目是以文化演艺、主题公园为一体的文化旅游项目，主要建设内容为千古情大剧院并推出一台大型歌舞《武夷千古情》、文化科技体验综合体、武夷闽越古街等，以及旅游后勤配套用房。

第二节 投资方案

一、投资总额

项目总投资 35,000 万元，其中，其中：7,500 万元资金来源于超募资金，27,500 万元资金来源于自筹资金。

二、出资及股权设置

宋城股份以 7,500 万元现金出资成立全资子公司负责武夷山宋城文化旅游度假区项目的建设与管理，占子公司 100%的股权。

三、子公司经营范围

根据目前旅游者对旅游服务功能的需求特点，参考国内外成功旅游项目发展经验并结合本公司十多年的文化旅游创意经营经验，本项目定位为以文化演艺为主营业务、其他旅游服务为配套的文化旅游项目。

第三节 项目实施的必要性

（一）本项目是武夷山扩大内需、产业升级的需要

2010年7月，福建省政府正式批准实施《武夷新区发展规划》。福建省政府印发《关于促进武夷新区产业发展的若干意见》，多举措扶持武夷新区的产业发展。在生态旅游发展上，2011年起5年内，福建省每年将安排旅游专项资金1000万元，用于武夷山旅游项目建设、旅游促销、旅游品牌宣传等，此外，2011年起5年内，福建省财政每年还将给予武夷山航线培育经费补助1000万元。

作为第三产业的重点，旅游业是现代服务业的重要组成部分，综合性强、关联度大、产业链长，能够影响、带动和促进与之相关联的110个行业发展，对文化交流、生态文明和人的全面发展都具有明显的促进作用，能够促进经济社会协调发展。据法国旅游业协会主席菲利普·邦贝尔热的研究：“43%的旅馆、咖啡店和饭店的收益，同旅游直接有关；航空运输收益的42%同旅游有关，铁路运输收益的23%、汽车的12%、农业的8%、建筑业的6%同旅游业有关。”据澳大利亚官方统计，旅游业涉及29个经济部门中的108个行业。虽然不同机构的统计结果略有差别，但是都反映出旅游业对相关产业的巨大带动作用。

旅游消费是最终消费和综合性消费，在社会总需求中特别是居民消费需求中占有重要地位。旅游消费对交通、商业、餐饮、文化等产业都有明显的拉动作用，还可以促进国际金融、信息咨询、文化创意等新兴服务业的发展。据世界旅游组织测算，旅游收入每增加1元，可带动相关行业增收4.3元。加快发展旅游业，对于拉动经济增长、促进居民消

费、扩大就业具有特殊重要的意义。

近几年中国旅游业步入了黄金时期。根据世界经济论坛 2009 年发布的世界旅游竞争力报告，中国的排名跃升至 47 位，上升了 15 位。目前，我国旅游消费对住宿业的贡献率超过 90%，对民航和铁路客运业的贡献率超过 80%，对文化娱乐业的贡献率超过 50%，对餐饮业和商品的贡献率超过 40%。

武夷山的生态环境、经济基础，决定了它不能走传统工业发展之路，必须走一条由现代旅游业为主导的现代服务业发展的新路。建设武夷山宋城文化旅游度假区项目，符合武夷山产业结构战略性调整方向，是转变经济发展方式、保护的必然选择，是构建具有地方特色的经济结构，迅速提升武夷山市综合经济实力的重大战略举措。

（二）本项目是弥补武夷山室内旅游演艺空白的需要

作为海西绿色腹地，武夷山市从自然景观旅游为主向休闲养生度假拓展，从以本地景区旅游为主向集聚周边地区旅游资源、形成区域旅游集散地拓展，从单一旅游产业向带动其他服务业发展拓展，全力打造国际知名旅游目的地。尤其是近几年武夷山市重视引进开发高品质的旅游休闲项目，旅游设施配套日趋完善。

尽管武夷山市打造了室外大型演出《印象大红袍》，从市场反响来看，获得了认可，但还是受到气候等外部因素的影响较大。从目前而言，武夷山市在室内旅游文化演艺方面还是一个空白。随着近年来游客消费观念的升级，旅游文化演艺因为能充分体现出当地旅游浓厚的文化特点以及增加游客的参与性，从而延长游客的逗留时间，因此武夷山市政府迫切需求引入具有丰富经验的旅游文化企业。

武夷山宋城文化旅游度假区项目的建成，将常年为中外游客和广大

市民提供休闲娱乐的去处，白天熏陶于武夷山的历史文化，晚上在充满文化氛围的室内演出中流连忘返，极大地提升武夷山城市文化内涵，有效延长游客平均停留时间，拉动相关产业的发展。

（三）本项目是宋城股份创造新的利润增长点的战略需要

宋城股份以主题公园和旅游文化演艺开发经营为两大主营业务，以“旅游+演艺”为核心竞争力。2010年12月，宋城股份在创业板成功上市，募集资金达22.26亿元人民币。借助资本市场平台与“中国文化演艺第一股”的品牌号召力，宋城股份将在全国范围内选址一线旅游目的地复制其独特经营模式，实现全国连锁经营与异地扩张的战略步伐。

中国社科院发布的《2009年旅游绿皮书》认为，从2010年起中国将进入一个大型主题公园发展的新时期，未来五年，中国主题公园的市场需求将超过每年100亿元。《深圳华侨城股份有限公司2010年社会责任报告》显示，2010年华侨城系列主题公园游客超过2000万人次。我们可以看出中国品牌连锁主题公园有巨大市场空间。武夷山市良好的经济环境、旅游市场庞大的市场底量完全符合宋城股份打造“主题公园+旅游文化演艺”项目的选址条件。项目的落成将使宋城股份在全国旅游演艺市场逐步形成经营规模，进一步增强可持续发展能力，打造更加稳固的市场地位。

第四节 项目实施计划

一、子公司成立与业务开展

武夷山宋城文化旅游度假区项目由杭州宋城股份全资子公司武夷千古情旅游发展有限公司（暂命名）投资建设。子公司将以市场化运作的方式，实行总经理负责制，按照现代企业制度规范开展经营管理活动，下设多个部门，具体承担公司管理、营运等职能。

二、子公司的管理架构

子公司不设股东会，公司股东按公司法及公司章程的规定行使规定的职权作出决定。

子公司公司不设董事会，设执行董事一人，由股东委派产生。执行董事对股东负责，依法行使《公司法》及公司《章程》规定的职权。公司设总经理，由执行董事聘任或者解聘。总经理对执行董事负责，依法行使《公司法》及公司《章程》规定的职权。

子公司不设监事会，设监事一人，由非职工代表担任，经股东委派产生。监事对股东负责，依法行使《公司法》及公司《章程》规定的职权。

第五节 项目效益分析

经估算,本项目总投资为 35,000 万元,其中 7,500 万元为超募资金,27,500 万元为自筹资金,此次投资主要包括以下项目:

费用项目	金额(万元)
1、购买土地使用权	7,437
2、建设工程及设备费用	21,728
3、工程建设其它费用	2,235
4、千古情创作费用	1,600
5、预备费用	1,000
6、流动资金	1,000
合计	35,000

一、经济效益

(一) 收入估算

本项目估算期为 9 年,包含建设期 1 年和运营期 8 年,估算期第 2 年开始对外营业。

结合项目定位与优势,未来游客人数增长及收入情况,对未来 8 年运营期的经营收入预测如下:

- 1、年平均营业收入达到 17,786 万元;
- 2、年平均游客人数达到 115 万人次。

(二) 利润估算

根据对营业收入预测,项目估算期内净利润估算如下:

- 1、年平均净利润为 9,164 万元。

(三) 财务评价

1、根据对项目营业收入、利润及成本的分析估算，本项目所得税后动态投资回收期(含建设期)为 6.95 年。

2、根据估算,本项目所得税后财务内部收益率 (FIRR) 25.03%所得税后财务净现值 FNPV (IC=12%) 为 26,239 万元,上述财务评价指标中,财务内部收益率大于基准行业收益率,财务净现值大于零,表明项目是可行的。

二、社会效益

(1) 根据福建省城市人口、经济水平和旅游发展水平,特别是武夷山市近几年来旅游发展趋势和规模来看,在本区域内利用现有资源优势率先打造国际旅游文化项目,具有巨大的市场潜力内在需求。

(2) 本项目依托武夷山成熟的旅游基础设施和庞大的既有市场,项目的建设期短,项目建成后将成为武夷山市乃至福建省最具规模和品质的国际旅游文化项目之一。

(3) 基于雄厚的原创能力和文化产业的属性,宋城股份产品创新开发成本相对较低,但盈利增长能力强且可持续性强,目前正呈现出强劲的大幅增长态势。

(4) 武夷山宋城文化旅游度假区项目经营的日趋成熟,将带来不可估量的产业带动效应,创造武夷山旅游新的利润增长极、提升福建旅游接待品质、扩大旅游容纳规模,是武夷山提升整体旅游接待品质,弥补现阶段旅游配套短板,实现由旅游文化向文化旅游转变的需要;是福建省提升旅游接待品质、扩大旅游容纳规模的需要。

第六节 项目风险分析

旅游市场需求在日益变化，市场竞争也日趋激烈，同时旅游业本身也有很强的依赖性、关联性，本项目的实施受众多风险因素的影响，必须加以分析，并制定相应的风险管理措施，最大限度降低风险。本项目风险主要针对市场风险和经营风险进行分析。

一、市场风险与对策

本项目最大的风险是市场风险，主要包括经济周期的风险，目标市场容量、产品价格以及竞争对手等方面的风险。

旅游业固有的特点使得其受宏观经济政策的影响较大，旅游业的市場主要依赖于居民个人的消费行为，而居民消费的特点、承受能力和变化趋势均是不易把握的因素，经济周期的变化会对项目的经营业绩产生一定的影响。

我国经济与旅游业的持续快速健康增长，在一定程度上抵消了经济周期波动的不利影响。从前面市场分析可以得知，本项目市场前景广阔，关键在于提供产品的特色和综合服务质量。

公司目前在国内处于行业领先者地位，而且“主题公园+文化演艺”的商业发展模式已取得了很大的成功，未来公司将继续加强管理、控制成本，努力降低经济周期波动对项目盈利能力的影响。

二、经营风险与对策

主题公园要使游客感受到快乐，不仅要靠场景、环境和硬件设施，更要靠经营理念和人性化服务等软件环境，对主题公园的经营者提出了很高的要求。

（一）客源方面的影响

本项目是以旅游接待功能为主，若服务项目更新和娱乐节目安排不适时调整，容易影响客源的稳定性。

公司将不断更新旅游项目，吸引更多游客。一是充分利用本公司的

综合旅游优势和知名品牌，适时投资更具吸引力的旅游项目，不断营造新的旅游概念。二是对现有景区不断更新改造，不断推出新的旅游节目和主题旅游活动，使本公司的旅游项目面貌常新，以提高游客的回头率。三是不断提高服务质量，保证游客人数的稳定增长，并加大广告宣传的投入，以提高本公司的市场占有率。

（二）劳动力资源的限制

本项目为旅游业，属第三产业，对人员的需求较大。社会劳动力工资趋涨的要求将对营运成本造成一定的压力。

项目建成后将解决附近一部分周边居民的就业问题。同时公司将改革用工方式，引进适合旅游行业的季节工、钟点工制度，科学地制定用工计划，妥善处理好旺淡两季的用工矛盾，降低公司的人工成本。

（三）经营成本与旅游市场规模相关性较高

项目的投资较大，并且需要不断更新改造，经营成本与旅游市场规模相关性较高，若国内居民的整体收入水平增长缓慢，旅游项目的消费价格将受到一定程度的限制。

公司将科学管理旅游项目，用全面细致的各项服务作为保障，以服务细节成就完美出游体验。公司利用多年的主题公园经营经验，在提供优质服务的同时，努力降低建设费用和营运成本，使公司旅游项目的消费价格与居民的消费承受能力相适应。同时不断挖潜改造，降低运营成本，提高经济效益。把握气候条件变化的周期特点，防范恶劣天气对旅游设施的损坏，通过改进旅游项目的经营方式，将天气条件对本公司旅游收入的不利影响压低到最低限度。

第七节 结论

综上所述，宋城股份成功挂牌上市后，品牌效应和资本实力跨上了一个新台阶，子公司成立后，将有效提高宋城股份超募资金的使用效率，进一步加强品牌影响力和核心竞争力，实现宋城股份在国内其他一线旅游目的地城市实现旅游文化演艺产业品牌连锁，加快迈出对外拓展的步伐。

武夷山西部是全球生物多样性保护的关键地区，分布着世界同纬度带现存最完整、最典型、面积最大的中亚热带原生性森林生态系统；东部山与水完美结合，人文与自然有机相融，以秀水、奇峰、幽谷、险壑等诸多美景、悠久的历史文化和众多的文物古迹而享有盛誉；中部是联系东西部并涵养九曲溪水源，保持良好生态环境的重要区域。鉴于武夷山有上述突出意义和普遍价值的自然与文化资源，中国政府推荐武夷山申报世界自然与文化双重遗产。武夷山于1999年12月被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》，成为全人类共同的财富。

根据福建省城市人口、经济水平和旅游发展水平，特别是武夷山市近几年来旅游发展趋势和规模，在本区域内利用现有资源优势率先打造旅游文化项目，具有巨大的市场潜力。根据目前旅游者对旅游服务功能的需求特点，参考国内外成功旅游项目发展经验，本项目定位为以文化演艺、主题公园为一体的旅游文化项目。项目建成初期，市场规模有望达到50万人次/年，计算期末有望达到180万人次。项目选址毗邻武夷山风景区，充分利用武夷山现有成熟的功能设置和旅游配套，整体提升武夷山的功能品质和规模，建设方案成熟可行。