

龙府〔2017〕85号

## 龙门县人民政府关于印发龙门县全域旅游发展 总体规划（2016-2030）的通知

各乡镇（街道、区）人民政府（办事处、管委会）、林场，县政府各部门、各直属机构：

《龙门县全域旅游发展总体规划（2016-2030）》业经县政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。实施过程中遇到的问题，请径向县旅游局反映。

龙门县人民政府  
2017年11月9日

# 龙门县全域旅游发展总体规划（2016-2030）

---



龙门县人民政府  
华南理工大学旅游发展与规划设计研究中心  
2017年1月

## 规划提要

为贯彻落实习总书记“绿水青山就是金山银山”的重要指示，全力助推惠州市建设绿色化现代山水城市，以更好质量、更高水平进入珠三角第二梯队，全面推进龙门县国家全域旅游示范区的创建工作，龙门县正式启动《龙门县全域旅游发展总体规划（2016-2030）》的编制工作。其主要内容如下：

**解读旅游：**在新常态背景下，旅游业是中国实现从大国向强国崛起的时代重头戏之一。因为当下中国旅游发展有政策、有市场、有资本、有潜力、有贡献。与此同时，在“去库存、旅游+”背景下，旅游业有望成为“休闲人口城镇化”建设的新动力引擎。

**解读龙门：**（1）**龙门从哪来：**五个历史阶段：5000年前，靠一座山安身立命；1000年前，靠一条河发奋立家；500年前，靠一个县城，兴德立文；100年前，靠一批乡村报国立志；30年前，靠一批镇街开基立业。两股重要力量：自然和民众的力量。（2）**龙门在哪里：**区位上：珠三角休闲后院；生态上：中国最美生态文化旅游名县；文化上：中国现代民间绘画画乡；产业上：世界森林温泉保养地；经济上：发达地区后发区域。（3）**龙门向哪去：**一条总路线——绿色崛起；三个关键点——交通、园区、城市大升级；一台主引擎——全域旅游。

**解读龙门旅游：**（1）**旅游发展脉络：**经过了上山入林、环山进村、绕水围城等三大发展阶段，2016年则是龙门全域旅游时代的新起点。（2）**旅游资源基底：**资源类型丰富（169个旅游资源单体）；一流资源少但分布集中（环南昆山、环县城）；潜力资源多且分布广；旅游品牌丰富多彩。（3）**旅游市场概况：**惠州旅游直指第二梯队，而龙门旅游是惠州旅游代言人，旅游市场欣欣向荣。（4）**旅游发展瓶颈：**三个孤岛：景区、产业、区域孤岛；两个瓶颈：温泉资源、旅游用地不可持续；一个短板：城乡公共体系薄弱。（5）**示范区创建条件：**仍有一定差距，但成功创建的可能性比较大。

**理论体系：**（1）**指导思想：**绿色龙门、幸福龙门、美丽龙门、愉悦龙门；（2）**价值导向：**政策导向、民生导向、市场导向、目标导向；（3）**行动策略：**全县一盘棋、梯队式发展。

**定位体系：**（1）**战略定位：**国际康养旅居目的地；（2）**区域定位：**惠州进阶发展旅游名片、广东全域旅游前哨阵地、粤港澳都市圈旅居高地、中国县域旅游示范样板。（3）**产业定位：**强县——最具带动性的主导产业、富民——最具示范性的幸福产业、美区——最具吸引力的形象产业、兴文——最具活力的文化

创意产业。（4）**品牌定位**：国家全域旅游示范区、国家中医药健康旅游示范区、全国休闲农业与乡村旅游示范县、全国旅游标准化示范县。

**空间体系**：基于“山水呼应，城乡共鸣”的空间策略，打造“1+2+3”的全域旅游空间格局。（1）**一个龙头**：南昆山发展龙头；（2）**两个核心**：永汉旅居集散核、龙城城市休闲核；（3）**三个组团**：环南昆山旅居组团、环县城休闲组团、环桂峰山慢游组团。

**全域全景**：（1）**南昆山：龙头崛起**。回归三部曲：生态家园、旅居家园、精神家园；南昆山三重山：做大做强“小环南昆山、中环南昆山、大环南昆山”三重山格局，成长为“代言惠州、代言广东、代言中国，拥抱世界”的旅游产业集聚平台。（2）**龙门老城：文化复兴**。实施三步走战略。造景，格局重塑；找魂，文化演绎；创业，业态孵化。综合打造城市中央文化休闲区。（3）**特色小镇**：基于“一镇一色”发展理念，打造10个特色小镇。龙城街：五宜幸福小镇；永汉镇：温泉旅居小镇；龙华镇：健康文旅小镇；地派镇：慢游天堂小镇；龙田镇：水韵田园小镇；蓝田乡：世外瑶乡小镇；龙潭镇：竹木隐居小镇；平陵镇：福地研修小镇；麻榨镇：红色水乡小镇；龙江镇：四季飘香小镇。（4）**美丽乡村**：基于“一村一品”发展理念，打造四类美丽乡村：古村古迹型、新农村示范型、红色旅游型、精准扶贫型。

**产业融合**：（1）**文化+旅游**：做大做强农民画产业、弘扬非物质文化遗产、挖掘活化龙门老记忆、共建“愉悦龙门”品牌。（2）**农业+旅游**：农田变景田、农村变景村、农民变景农。（3）**工业+旅游**：实施“2.5产业”革命，启动“2.5企业”计划。（4）**教育+旅游**：开展教旅联谊活动、联合开展旅游培训、开展研学旅游示范基地。（5）**体育+旅游**：加快完善体育设施、加强体育人才培养、积极策划体育赛事、创新体育旅游业态。

**旅游交通升级**：（1）**陆上跃龙门**：“2+4+N”的旅游集散体系，即是两个区域集散枢纽（永汉、龙城），四个集散门户（平陵、龙华、地派、蓝田），多个景区集散点；（2）**水上跃龙门**：城镇水上活力线、乡村水上文化线、生态水岸风景线。（3）**空中跃龙门**：天路十八弯、飞跃天堂顶、云海揽胜景。

**旅游产品升级**：（1）**产品体系**：“白+黑”十大旅游产品：山水悠游、田园观光、祈福礼佛、美食购物、文化采风、夜沐温泉、火舞乡居、老城夜市、森林度假、山水印象。（2）**线路设计**：五大精品线路：温泉养生健康游、森林度假休闲游、田园乡村体验游、瑶族风情体验游、文化采风体验游；四大区域精品线路：祈福朝圣体验游、天堂山水生态游、名山印象度假游、森林温泉养生游。

**旅游业态升级：**打造“6+6”的业态体系：“吃住行游购娱，商养学闲情奇”。

**公共体系升级：**（1）**县域八大件：**旅游数据中心、旅游标识系统、旅游风景大道、旅游观光巴士、游客服务中心、自驾车营地、山地小火车、智慧旅游互动终端；（2）**镇域三中件：**高端酒店、品牌景区、休闲街区；（3）**乡村八小件：**旅游厕所、生态停车场、旅游购物点、民俗客栈、金牌农家乐、游客医疗站、游客咨询服务站、旅游富民宣讲站。

**智慧旅游升级：**（1）**一张智慧旅游信息网络：**智慧旅游大脑、智慧旅游信息传输神经系统、智慧旅游感知眼睛；（2）**三大智慧旅游平台：**智慧旅游管理平台、智慧旅游服务平台、智慧旅游营销平台；（3）**四类智慧旅游应用：**智慧旅游APP、智慧自行车管理平台、智慧旅游直播平台、VR虚拟旅游体验平台；（4）**三项智慧旅游载体：**智慧旅游城市、智慧旅游乡村、智慧旅游景区。

**行政管理升级：**（1）**旅游管理体制：**全域旅游领导小组、旅游发展委员会、旅游市场管理分局、旅游巡回法庭、旅游警察支队；（2）**旅游管理体制：**旅游发展专项资金、全域旅游联席会议制度、重大事项“一事一议”制度；（3）**旅游管理法制：**贯彻国家相关法规、落实旅游升级意见、出台扶持奖励办法；（4）**旅游人才队伍：**实施“人才兴旅412工程”，全力打造广东省旅游人才孵化基地。

**生态共建分享：**（1）**保护绿水青山。**三线管控（红线调控、绿线提升、蓝线治理）、动态管理（以供定需、供后监管）；（2）**利用金山银山。**森呼吸（一个龙头、三驾马车、十三转轮），跃龙门（自然风光段、人文特色段、农业休闲段、红色水乡段）。

**市场共建分享：**（1）**市场细分。**一级市场，扎根粤港澳，以珠三角为核心的粤港澳市场；二级市场，面向全中国，以京广大动脉沿线一二线城市为核心的国内旅游市场；三级市场，辐射一带一路，以“一带一路”为核心的入境旅游市场。（2）**营销推广。**一个战略渠道：互联网+；五大辅助渠道：旅游促销会/博览会、电视媒介、报刊杂志、户外媒介、广播电台；两个特色手段：节事营销、影视营销。（3）**项目招商。**从“招商引资”走向“招商择资”，探索“四个一”的招商模式，即搭建一个旅游投融资平台、设立一个旅游发展专项基金、建立一个旅游选商储备库、建立一个旅游招商项目库。

**品牌共建分享：**培育壮大“四菜一汤”的龙门业态品牌，即“龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福、龙门十三汤”。

**区域共建分享：**（1）**县域旅游组团合作：**“强心育极”推进南昆山、县城

的旅游开发，形成“山上城里塑品牌，山下城外做产业”的发展格局。（2）**环南昆山森林温泉度假旅游产业园建设**：“经济建设、行政管理”两手分抓、园区投资平台化、企业二次开发与创业。（3）**南昆山—罗浮山旅游产业协作区建设**：交通破解区位屏障，增强区域话语权，制定战略合作框架，产业一体化发展。（4）**构建“两市四地”环南昆山旅游区**：共建共享区域旅游综合协调机制、区域旅游信息平台、区域旅游公共服务体系。

**行动计划**：（1）**总体发展时序**：两年出成绩——在体制机制建设、旅游资源保护、基础设施建设、旅游产品升级、旅游业态升级等五大领域做出成绩；五年大变化——在旅游格局升级、旅游招商升级、区域合作升级等三大领域做出大变化；十年大突破——在消除景区孤岛、消除产业孤岛、消除区域孤岛上等三个层面实现大突破；十五年大跨越——在旅游强县、旅游富民、旅游美区、旅游兴文等四大层面实现大跨越。（2）**近期任务分解**：落实三张表。一是**旅游项目任务分解表**。抢抓近两年高速发展的黄金时间窗口，推进 52 个旅游项目，包括 12 个招商引资项目、31 个加快建设项目和 9 个升级改造项目；二是**基础设施建设任务分解表**。抢抓近五年快速发展的时间窗口，多方筹措资金，尽快启动 20 项重点基础设施的建设工作，包括 9 个县里统筹的基础设施项目，6 个镇街统筹的基础设施项目，5 个县镇村联动建设的基础设施项目；三是**党政统筹任务分解表**。牢牢把握从景点旅游向全域旅游升级的五年腾飞关键期，重点推进 60 件重要事项，包括 13 件全域全景打造事项，18 件产业融合示范事项，18 件供给侧改革事项，11 件主客共享落地事项。（3）**示范区创建指引**：采取“332”的得分策略：即“3 个满分项，3 个百分项，2 个及格项”，兼顾 4 项基本要求，合理有序地推进 8 个方面的优化提升工作。

# 目录

<b>第一篇 背景解读</b> .....	<b>1</b>
<b>一、解读规划</b> .....	<b>2</b>
1 规划范围.....	2
2 规划年限.....	3
3 规划原则.....	3
4 规划依据.....	3
5 技术路线.....	5
<b>二、解读旅游</b> .....	<b>7</b>
1 旅游业成中国重头戏.....	7
2 旅游业关乎地方未来.....	9
<b>三、解读龙门</b> .....	<b>12</b>
1 龙门从哪来.....	12
2 龙门在哪里.....	15
3 龙门向哪去.....	19
<b>四、解读龙门旅游</b> .....	<b>21</b>
1 旅游发展脉络.....	21
2 旅游资源基底.....	22
3 旅游市场概况.....	25
4 旅游发展瓶颈.....	34
5 示范区创建条件.....	36
<b>第二篇 战略体系</b> .....	<b>38</b>
<b>一、理论体系</b> .....	<b>39</b>
1 指导思想.....	39
2 价值导向.....	40
3 行动策略.....	40
<b>二、定位体系</b> .....	<b>41</b>
1 战略定位.....	41
2 区域定位.....	41
3 产业定位.....	43
4 形象定位.....	44
<b>三、目标体系</b> .....	<b>44</b>
1 品牌目标.....	44
2 发展指标.....	45
<b>四、空间体系</b> .....	<b>46</b>
1 空间战略.....	46
2 全域结构.....	46
3 分区指引.....	47
<b>第三篇 全域全景</b> .....	<b>50</b>

<b>一、南昆山：龙头崛起</b> .....	<b>51</b>
1 回归三部曲.....	51
2 南昆三重山.....	54
<b>二、龙门老城：文化复兴</b> .....	<b>56</b>
1 造景：格局重塑.....	56
2 找魂：文化演绎.....	57
3 创业：业态孵化.....	58
<b>三、特色小镇：一镇一色</b> .....	<b>59</b>
1 龙城：五宜幸福小镇.....	60
2 永汉：温泉旅居小镇.....	62
3 龙华：健康文旅小镇.....	64
4 地派：慢游天堂小镇.....	66
5 龙田：水韵田园小镇.....	67
6 蓝田：世外瑶乡小镇.....	69
7 龙潭：竹木隐居小镇.....	70
8 平陵：福地研修小镇.....	72
9 麻榨：红色水乡小镇.....	74
10 龙江：四季飘香小镇.....	75
<b>四、美丽乡村：一村一品</b> .....	<b>78</b>
1 古村古迹型美丽乡村.....	78
2 新农村示范型美丽乡村.....	79
3 红色旅游型美丽乡村.....	80
4 精准扶贫型美丽乡村.....	81
<b>第四篇 产业融合</b> .....	<b>83</b>
<b>一、文化+旅游</b> .....	<b>84</b>
1 做大做强农民画产业.....	84
2 弘扬非物质文化遗产.....	85
3 挖掘活化龙门老记忆.....	86
4 共建“愉悦龙门”品牌.....	87
<b>二、农业+旅游</b> .....	<b>88</b>
1 农田变景田.....	88
2 农村变景村.....	90
3 农民变景农.....	92
<b>三、工业+旅游</b> .....	<b>94</b>
1 “2.5产业”革命.....	94
2 “2.5企业”计划.....	95
<b>四、教育+旅游</b> .....	<b>95</b>
1 开展“教旅联谊”活动.....	96
2 联合开展教旅人才培养.....	96
3 开设研学旅游示范基地.....	96

<b>五、 体育+旅游</b> .....	<b>96</b>
1 加快完善体育设施.....	97
2 加强体育人才培养.....	97
3 积极策划体育赛事.....	97
4 创新体育旅游业态.....	97
<b>第五篇 供给侧改革</b> .....	<b>98</b>
<b>一、 旅游交通升级</b> .....	<b>99</b>
1 陆上跃龙门.....	99
2 水上跃龙门.....	102
3 空中跃龙门.....	105
<b>二、 旅游产品升级</b> .....	<b>107</b>
1 十大旅游产品.....	107
2 九条精品线路.....	110
<b>三、 旅游业态升级</b> .....	<b>113</b>
1 业态设计原则.....	113
2 十二旅游业态.....	113
<b>四、 公共体系升级</b> .....	<b>116</b>
1 县域八大件.....	116
2 镇域三中件.....	121
3 乡村八小件.....	123
<b>五、 智慧旅游升级</b> .....	<b>126</b>
1 一张旅游信息网络.....	126
2 三大智慧旅游平台.....	128
3 四类智慧旅游应用.....	130
4 三项智慧旅游载体.....	133
<b>六、 行政管理升级</b> .....	<b>135</b>
1 旅游管理体制.....	135
2 旅游管理机制.....	136
3 旅游管理法制.....	137
4 旅游人才队伍.....	139
<b>第六篇 主客共享</b> .....	<b>142</b>
<b>一、 生态共建共享</b> .....	<b>143</b>
1 保护绿水青山.....	143
2 利用金山银山.....	147
<b>二、 市场共建共享</b> .....	<b>155</b>
1 旅游市场定位.....	155
2 旅游营销推广.....	157
3 项目招商指引.....	161
<b>三、 品牌共建共享</b> .....	<b>162</b>
1 龙门客栈.....	163

2 龙门宴.....	165
3 龙门手信.....	166
4 龙门祈福.....	168
5 龙门十三汤.....	170
<b>四、区域共建共享.....</b>	<b>176</b>
1 县域旅游组团合作.....	176
2 环南昆山森林温泉度假旅游产业园建设.....	176
3 南昆山—罗浮山旅游产业协作区建设.....	177
4 构建“两市四地”环南昆山旅游区.....	179
<b>第七篇 行动计划.....</b>	<b>181</b>
<b>一、总体发展时序.....</b>	<b>182</b>
1 两年出成绩.....	182
2 五年大变化.....	182
3 十年大突破.....	183
4 十五年大跨越.....	183
<b>二、近期任务分解.....</b>	<b>185</b>
1 旅游项目任务分解表.....	185
2 基础设施建设任务分解表.....	190
3 党政统筹任务分解表.....	194
<b>三、示范区创建指引.....</b>	<b>203</b>
1. 创建策略.....	203
2. 基本要求.....	203
3. 重点工作.....	204
<b>规划图件.....</b>	<b>206</b>
1 规划范围图.....	207
2 区位分析图.....	208
3 交通分析图.....	209
4 重点资源分布图.....	210
5 发展目标体系图.....	211
6 总体空间布局图.....	212
7 特色小镇发展指引图.....	213
8 森林旅游发展指引图.....	214
9 旅游集散发展指引图.....	215
10 区域合作发展指引图.....	216

# 第一篇 背景解读

# 一、解读规划

## 1 规划范围

龙门县，广东省惠州市辖县，位于广东省中部，增江上游，地处珠三角一小时生活圈内，区位条件优越。东南与河源市东源县、惠州市博罗县接壤，西南与广州市增城区、从化区毗邻，北与韶关市新丰县相连。本次规划覆盖龙门县全域范围，辖区国土面积约为 2295 平方公里，包括龙田、平陵、龙江、龙华、麻榨、永汉、龙潭、地派 8 个镇和龙城街道，蓝田瑶族乡，南昆山生态旅游区，油田林场，密溪林场。



图 1-1: 规划范围图

## 2 规划年限

规划年限：2016 至 2030 年。

近期：2016 至 2020 年；其中 2016 至 2017 年为国家全域旅游示范区创建期；

中期：2021 至 2025 年；

远期：2026 至 2030 年。

## 3 规划原则

### （1）多规融合原则

本规划坚持以多规融合原则为核心指引。全面贯彻落实“五位一体”总体布局及五大发展理念，跳出龙门看龙门、跳出旅游看旅游，主动对接县、市、省及国家最新政策，落实相关上位规划的总体部署，形成与龙门县发展规划、城乡规划、土地规划和环保规划等的无缝对接，全面助推龙门县“产、城、旅、人、文”的融合发展，力争实现城乡经济社会和旅游发展的最大化效益。

### （3）先行示范原则

本规划坚持以先行示范原则为主要参考。基于“大胆设想、小心求证”的辩证思维，力争完成一个高起点、高水平、高实操性的规划，充分发挥旅游业的综合带动作用，引领龙门县经济社会的跨越式发展，实现“富民、强镇、美区、兴文”的综合效益，进而确立龙门全域旅游在惠州市、珠三角、广东省乃至国家层面的标杆作用。

### （3）市场导向原则

本规划坚持以市场导向原则为重要前提。立足龙门县区位、交通、生态、产业、文化及旅游资源基底，以国家、地方旅游市场总体情况及发展趋势为重要参考，以打造主客共享旅游目的地为出发点，在战略谋划、战术部署及行动计划等层面作出详细指引，并具体展开针对旅游产品、旅游业态、旅游线路和旅游公共服务体系等领域的规划设计，着实强化龙门旅游业的市场竞争力和品牌知名度。

## 4 规划依据

### （1）法律法规与国家标准

- 《中华人民共和国森林法》（1984）
- 《中华人民共和国环境保护法》（1989）
- 《旅游发展规划管理办法》（2000）

- 《中华人民共和国文物保护法》（2002）
- 《中华人民共和国水法》（2002）
- 《中华人民共和国环境影响评价法》（2003）
- 国家旅游局《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003）
- 《中华人民共和国土地管理法》（2004）
- 《关于加快发展旅游业的意见》（2009）
- 《中华人民共和国旅游法》（2013）
- 《国民旅游休闲纲要（2013-2020）》
- 《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（2014）
- 《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》
- 《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》（2015）
- 《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（2015）
- 《国家旅游局关于促进智慧旅游发展的指导意见》（2015）
- 《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》（2015）
- 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（2016）
- 《国家旅游局关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》（2016）
- 《全国生态旅游发展规划（2016—2025年）》
- 《“十三五”旅游业发展规划》（2016）
- **（2）地方法规与相关规划**
- 《关于加快我省旅游业改革与发展建设旅游强省的决定》（2008）
- 《关于试行广东省国民旅游休闲计划的若干意见》（2009）
- 《广东省新型城镇化规划（2014-2020年）》
- 《广东省参与建设“一带一路”的实施方案》（2015）
- 《广东省人民政府关于促进旅游业改革发展的实施意见》（2015）
- 《广东省进一步促进旅游投资和消费的实施方案》（2016）
- 《广东省旅游业发展“十三五”规划》（2016）
- 《珠江三角洲地区改革发展规划纲要》（2008-2020）
- 《深莞惠区域协调发展总体规划（2012-2020）》

- 《珠江三角洲地区旅游一体化规划（2014-2020年）》
- 《惠州市城市总体规划（2006—2020年）》
- 《惠州市龙门公路网规划（2008-2030）》
- 《惠州市龙门县土地利用总体规划（2010-2020）》
- 《惠州市生态控制线划定图则征求意见稿（2016）》
- 《惠州市旅游业十三五发展规划》（2016）
- 《惠州市旅游发展战略研究》（2016）
- 《龙门县旅游发展总体规划（2006-2020）》
- 《龙门县文化产业发展规划（2012-2020）》
- 《惠州市（龙门）环南昆山森林温泉度假旅游产业园区发展规划（2013-2025）》
- 《广东省龙门县“中国温泉之乡”发展建设总体规划（2014-2020年）》
- 《龙门县城市总体规划（2015-2030）》
- 《龙门县关于促进旅游业升级发展的实施意见（2015）》
- 《龙门县生态文明建设规划（2016—2020）》
- 《龙门县国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016）》
- 《龙门综合交通运输“十三五”规划》（2016）
- 《龙门县重点产业培育发展规划》（2016-2020）
- 《龙门县文化事业发展“十三五”规划》（2016）
- 《龙门县创建国家全域旅游示范区工作方案》（2016）
- 其他相关规划

## 5 技术路线

基于“大胆设想、小心求证”的规划方法，本案从七大篇章进行解析：（1）背景解读篇：对旅游业、龙门县和龙门旅游进行深度解读；（2）战略体系篇：清晰界定龙门全域旅游的理论体系、定位体系、目标体系和空间体系；（3）全域全景篇：综合构建“南昆山：龙头崛起、龙门老城：文化复兴、特色小镇：一镇一色、美丽乡村：一村一品”的蓝图；（4）产业融合篇：借由“文化+旅游、农业+旅游、工业+旅游、教育+旅游、体育+旅游等”等领域的探索，实现产业融合发展；（5）供给侧改革篇：通过引导旅游交通升级、旅游产品升级、旅游业

态升级、基础设施升级、智慧旅游升级和行政管理升级等手段，促进龙门旅游的供给侧结构性改革；（6）主客共享篇：从生态共建共享、市场共建共享、品牌共建共享和区域共建共享角度入手，营造主客共享的旅游发展环境；（7）行动计划篇：以发展总体时序、近期任务分解为抓手，力求推进方案的落地执行。

总体来看，规划技术路线从发散到聚焦，从聚焦再发散，力图实现规划的“广度、高度、深度、关联度”。

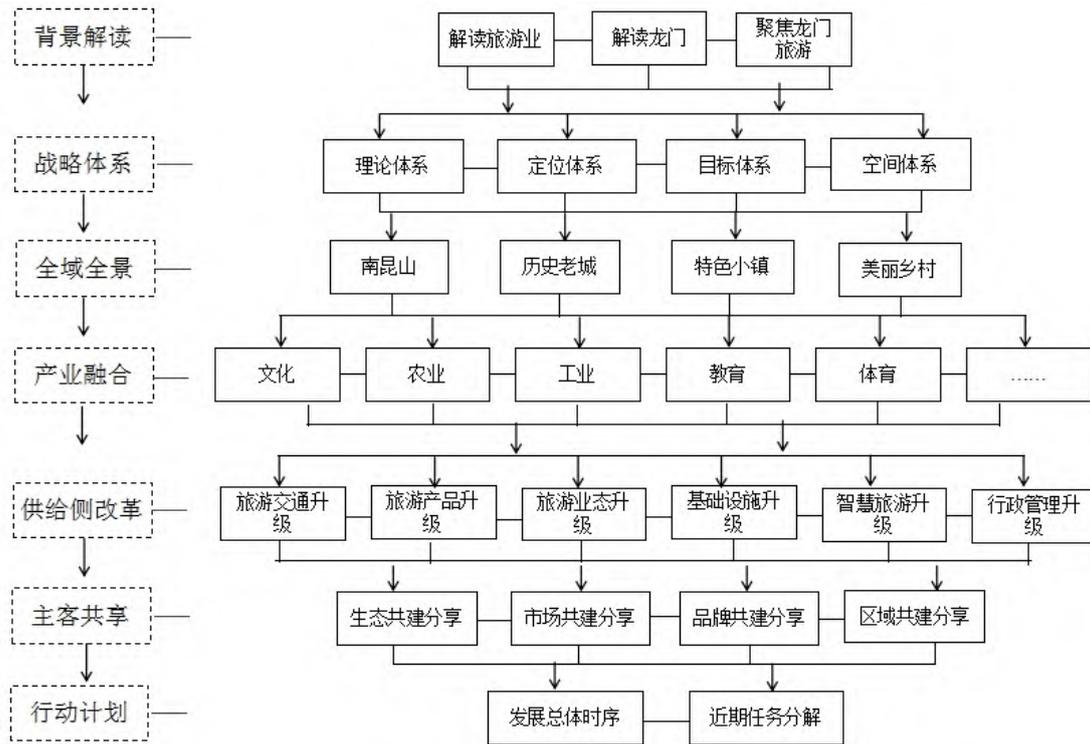


图 1-2：规划技术路线

## 二、解读旅游

### 1 旅游业成中国重头戏

自 2011 年以来，旅游业超过房地产、石油和汽车产业，成为世界第一大产业，对 GDP 的综合贡献率超过 10%。在新常态背景下，旅游业是中国实现从大国向强国崛起的时代重头戏之一。因为当下中国旅游发展有政策、有市场、有资本、有潜力，不容错过。

#### 1.1 政策利好一波又一波

国家领导人频繁表态。新一届政府上台后，以习近平、李克强为代表的国家领导人多次在重要场合公开发表关于旅游业的讲话，明确释放了做大做强旅游业的政治信号。

习近平：旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标。旅游业是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力。旅游是修身养性之道，中华民族自古崇尚“读万卷书、行万里路”。

李克强：围绕发挥旅游在扩内需、稳增长、增就业、建贫困、惠民生中的独特作用，砥砺前行，扎实工作，着力培育旅游经济增长点，让旅游更安全、更便利、更文明、更舒心，为推动经济提质增效升级、人民群众生活水平跃升作出新贡献。

汪洋：在新常态下，旅游业是稳增长的重要引擎、是调结构的重要突破口、是惠民生的重要抓手、是生态文明建设的重要支撑、是繁荣文化的重要载体、是对外交往的重要桥梁，在国民经济和社会发展中的重要战略地位更凸显。

图 1-3：国家领导人关于旅游业的重要讲话

**行政体制日益强化。**为加强部门间协调配合，促进旅游业持续健康发展，国务院旅游工作部际联席会议于 2014 年正式成立。在李克强总理挂帅牵头下，国务院、发改委、旅游局、住建部、环保部、农业部、文化部、林业局、国土资源部、交通运输部等 28 个部委高度支持旅游业的发展。另外，自 2010 年启动旅游综合改革试点工作以来，目前全国共有 10 个试点市（县），并且有十九个省成立了旅游发展委员会。

**国家省市政策不断。**2012 年以来，国家和广东省频繁出台了系列政策，尤其是在推进“一带一路”建设、加快旅游业发展、促进旅游综合改革、促进旅游投资与消费、强化旅游产业用地配套、推进旅游+互联网行动等领域。持续不断的政策利好已然成为各地旅游发展的重要推动力。

表 1-1：国家和省市主要旅游政策利好一览表

政策级别	政策文件名称	发布时间
国家级	《关于促进旅游业改革发展的若干意见》	2014 年
	《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》	2015 年
	《关于促进旅游装备制造业发展的实施意见》	2015 年
	《关于支持旅游业发展用地政策的意见》	2015 年
广东省	《关于促进旅游业改革发展的实施意见 》	2016 年
	《关于进一步促进旅游投资和消费实施方案》	2016 年

信息来源：国家和广东省旅游局官方网站

## 1.2 市场规模领跑世界

**世界第一大产业。**世界旅游及旅行理事会 WTTC 数据显示，旅游业每年贡献 7.2 万亿美元，并创造了全球 9.1% 的工作岗位，对 GDP 的综合贡献率超过 10%，已然是世界第一大产业。另据世界旅游组织最新数据显示，美国、中国、西班牙、法国连续四年，国际旅游业都比世界商品贸易增长更快。2015 年，旅游在世界出口份额中占比已达到 7%。国际旅游业出口总额已达到 14000 亿美元。

**中国囊括了四个第一。**国家旅游局数据显示：2015 年，中国旅游业交出了“4 个世界第一”的成绩单。全年接待国内外旅游人数超过 41 亿人次，旅游总收入突破 4 万亿元，全年接待入境旅游 1.33 亿人次，出境旅游 1.2 亿人次，旅游业对 GDP 综合贡献率达到了 10.51%，旅游直接和间接就业人数占全国就业总人数的 10.2%。此外，在国内旅游人次、出境旅游人次、国内旅游消费和境外旅游消费四个方面，位居世界第一。

## 1.3 投资迈进万亿时代

**旅游投资首超万亿。**国家旅游局数据显示，2015 年我国完成旅游投资 10072 亿元，同比增长 42%，首次突破了万亿元大关。旅游投资主要集中在乡村旅游、

在线旅游、旅游综合类项目、邮轮游艇和体育旅游等领域。下阶段的投资重点在于特色小镇、休闲度假、智慧旅游、文化旅游、健康养生等领域。

**民营企业成投资最大力量。**近年来。民间投资快速增长，多元化投资格局保持不变。2015年，民营企业投资旅游业5779亿元，占全部旅游投资的57.4%，投资热点从传统制造业、房地产业向现代旅游业转移。

**各行龙头加速进军旅游业。**值得注意的是，各行业的龙头企业纷纷加速进军旅游业，包括全国前5名的房地产企业（万达、万科、恒大等）、国内排名前10位的8家风险投资公司、全国排名前10位的九家互联网企业（百度、阿里巴巴、腾讯、驴妈妈）等，还有能源、水利、电器、农业、保险等大型企业集团。

**旅游企业“走出去”步伐加快。**国内旅游集团加速整合，通过投资并购做大做强。以海航集团、港中旅、锦江集团为代表的大型旅游企业纷纷将投资目标指向境外，加快走出去步伐，在全球范围内进行产业布局。

## 1.4 未来潜力十分可观

**大众旅游时代到来。**数据显示，2015年国民人均出游3次，人均旅游消费约975元。旅游已经成为国民不可或缺的生活方式。国务院总理李克强在2016年政府工作报告中强调，“要落实带薪休假制度，加强旅游交通、景区景点、自驾车营地等设施建设，规范旅游市场秩序，迎接正在兴起的大众旅游时代。”

**或将跻身十万亿产业。**目前，发达国家居民一年出游8次以上，人均旅游消费约1100美元，与国内人均水平有较大差距。另外，在2015年全国旅游工作会议上，国家旅游局局长李金早展望了中国旅游业的发展前景：“到2020年，从初步小康型旅游大国迈向全面小康型旅游大国，年人均出游次数到5次以上。到2050年，我国成为初步富裕型国，年人均出游达10次以上”。以此推算，到2030年，国内旅游接待人次将近100亿人次，旅游总收入也可能突破十万亿元。

## 2 旅游业关乎地方未来

历经30多年快速发展，中国城市化建设进程开始从快车道切换到慢车道。以房地产业为主要动力的传统城镇化建设模式遭受巨大考验。与此同时，旅游业正逐步崛起为新型城镇化的新兴动力。值得各级执政者予以关注。

### 2.1 旅游业综合效益显著

**广泛拉动产业发展。**现代旅游业综合性强、关联度大、产业链长，已经极大地突破了传统旅游业的范围，广泛涉及并交叉渗透到许多相关产业和产业中。据

世界旅游组织（WTO）统计，旅游业能够影响、带动和促进与之相关联的 110 个行业发展。旅游业每收入 1 元，可带动相关产业增加 4.3 元收入。另外，旅游业在增加税收，增加土地财政上也有重要贡献，世界旅游产业直接和间接产生税收占全球总税收比重已经超过 11%。

**大量创造就业机会。**旅游业是劳动密集型产业，就业成本低，就业方式灵活，对不同类型的劳动力都有较大的需求。国家旅游局数据表明，2015 年旅游直接和间接就业人数为 7911 万人，占全国就业总人数的 10.2%。国内每接待 150 个游客，即可创造 1 个直接就业岗位，增加 5.8 个间接就业岗位。值得注意的是，近年来旅游业也已经成为大众创业、万众创新最为活跃的领域之一。

**有力拉动消费需求。**旅游消费是集食、住、行、游、购、娱于一体的综合性消费活动，在社会总需求特别是居民消费需求中占有重要地位，有“一业兴”而“百业旺”的内需成倍扩大效益。研究表明，发展中国家旅游消费支出每增加一个单位，工业产值可扩大 3.7 倍，国民收入扩大 2.7 倍，投资扩大 0.9 倍。2015 年，中国国民旅游消费总额占全年社会消费品零售总额的 12%，在保增长、扩内需、调结构中发挥了显著作用。

**强化生态文明建设。**旅游业是绿色产业，单位增加值能耗为 0.202 吨标准煤/万元，仅为工业的 1/11，是转变经济发展方式的有效途经。通过增加居民收入、增加环保意识，旅游业可有力地促进了城乡区域的协调发展、人与自然和谐共处。

**促进文化发展与交流。**文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文化因旅游得以广为传播，旅游因文化而更富魅力。旅游业的发展给众多文艺演出带来了源源不断的客源，一些濒临消失的传统文化通过旅游被发掘出来，重新焕发生机，为文化产业提供了广阔的发展空间。同时，旅游是跨时空的交往、跨文化的交流。在中国“一带一路”战略下，通过打造具有影响力的旅游品牌，能够把中国文化和价值观输出到世界各地，不断提高国家文化软实力。

## 2.2 旅游加快城镇化建设

**房地产业风险持续走高。**国际金融危机后，投资乏力引发的房地产业下滑已经是全国性问题。国务院数据显示，截止 2015 年底，全国新城新区的规划人口已达 34 亿。另外，全国商品房待售面积加速攀升，2010 年总量不到 2 亿平方米，2014 年突破 6 亿平方米，2015 年底 71853 万平方米，按照我国人均住房面积 30 平方米计算，“空置”住房可供近 2.4 亿人口居住。在此背景下，“去库存”成为 2016 年全国五大经济任务之一。

**休闲人口城镇化时代到来。**目前，新型城镇化建设是各级政府的执政重点之

一。在国家供给侧结构性改革明确要求房地产去库存背景下，由房地产业拉动的“户籍人口城镇化”时代逐渐进入慢车道。而目前，中国处于“增长速度换档期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期”三期叠加阶段，无论是产业转型升级，还是城镇提质增效，都需要新的动力引擎。当前，全国(不包括台湾地区)31个省(自治区、直辖市)都将旅游业列为本省(自治区、直辖市)的战略性支柱产业，85%以上的市(地、州)，80%的县(市、区)将旅游列为支柱产业。总的来说，旅游业有望成为新常态“休闲人口城镇化”建设的新动力引擎。

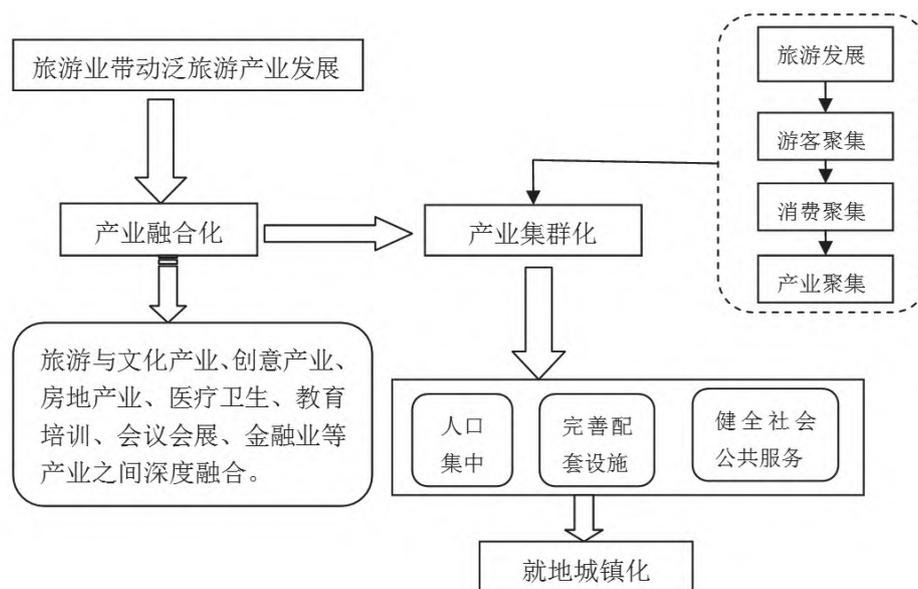


图 1-4：“休闲人口城镇化”示意图

## 2.3 全域旅游大有可为

**供需不匹配矛盾凸显。**近年来，随着居民收入的快速增长，我国呈现出“消费升级”的时代趋势，旅游业也迎来了黄金发展期。同时，旅游业也处于矛盾凸显期，旅游产品供给跟不上消费升级的需求，政府管理和服务水平跟不上旅游市场快速发展的形势。据不完全统计，目前国内共有国家 A 级景区 5370 个，其中国家 5A 级旅游景区 213 家，4A 级旅游景区 2460 家。相当于，每 25.6 万人才拥有 1 个 A 级景区，而且“门票经济”仍是各地旅游收入的主要构成部分，占比 22%左右。总的来说，旅游供给侧承载力严重不足，质与量均存在明显短板，旅游目的地严重短缺，撑不起人气，留不住游客。

**供给侧改革蕴含机遇。**旅游产品供给不足是当前我国旅游业急需解决的主要矛盾之一，同时也是旅游投资继续大有作为的潜力所在。当前，旅游业仍处于持续上升期，旅游市场蛋糕仍可继续做大。投身旅游供给侧改革的地方政府和市场企业，均有可能从中获得可观的收益（到 2030 年，或可共享 10 万亿旅游收入红

利)。当然，长远来看，随着旅游市场供给日趋饱和，行业竞争压力将如日剧增，市场利润空间也会有所下降。因而，当下或许就是进军旅游业、做大做强旅游业的最佳时机。

**全域旅游大有可为。**“全域旅游”是从地方实践上升到全国推动的先进理念。2016年1月，国家旅游局局长李金早首次提出，要推动我国旅游从景点旅游向全域旅游转变。自国家全域旅游示范区创建工作组织开展以来，包括龙门县在内的262个市县被认定为首批国家全域旅游示范区创建单位。可以看出，全域旅游已呈星火燎原之势。

## 三、解读龙门

### 1 龙门从哪来

以史为鉴可以知兴替。龙门县历经“立命、立家、立文、立志、立业”五大考验，上演了一场“鲤鱼跃龙门”式的历史大戏，实现了从“鲤鱼”到“蛟龙”的首次飞跃。

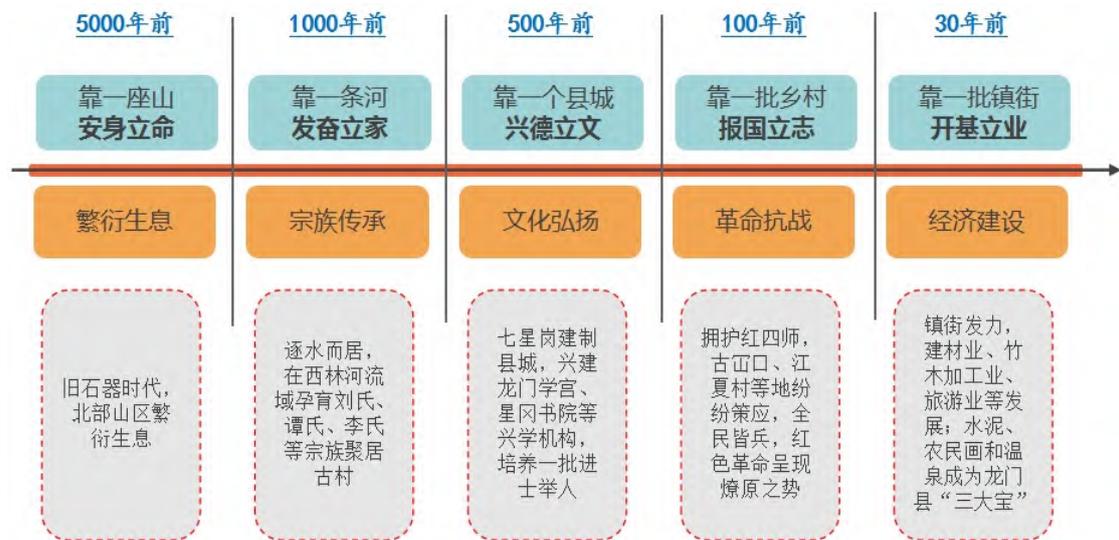


图 1-5：龙门历史脉络图

#### 1.1 五个历史阶段

##### (1) 5000年前——繁衍生息阶段：靠一座山，安身立命。

从平陵、铁岗、地派和蓝田等地的遗址、墓葬考古发现分析，远在5000年前的旧石器时代，龙门县就有人类居住。先民以狩猎为生，以洞穴为居所，北部山区成为他们繁衍生息的主要场所。一直到战国和汉代，龙门县都只是番禺或增城属地。

## (2) 1000 年前——宗族传承阶段：靠一条河，发奋立家。

一千多年前，龙门先民逐水而居，在西林河流域（龙城、龙华、永汉等）孕育了刘氏、谭氏、李氏等宗族聚居古村。其中，龙华李氏家族是杰出代表之一。其先祖于元初开基于增江之畔、龙华蓼溪嶂下，先后开辟出水坑村和绳武围等历史古村。李氏后人读书经商两不误。文教方面，涌现“明岁进士”李梅庄、清道光举人李铨等出仕登途之才；经商方面，李氏家族的物业涉及石矿、船运、圩市商铺等，雄霸一方。

## (3) 500 年前——文化弘扬阶段：靠一个县城，兴德立文。

1496 年（明弘治九年），因山岭险要、交通闭塞，广州府从增城及博罗县上龙门地区划出一部分土地，设立龙门县，管控地方治安。县治在七星岗，设长安、开源二乡，辖西林、平康、金牛三都，下分三十堡。此后数百年，受民众起义及民匪作乱影响，龙门县在“风雨飘摇”中艰难发展，却也建立了龙门学宫、星冈书院、茅岗雅创私塾等重教兴学机构，培养了刘士骥、李步蟾、谭冠英等进士举人，留下了水西塔、万寿寺等 50 余处省、市（县）级文物保护单位。其历史成就可圈可点。



图 1-6：绳武围功名夹和塔山公园水西塔

## (4) 100 年前——革命抗战阶段：靠一批乡村，报国立志。

1911 年，龙门县正式光复，开启了革命斗争的序幕。1927 年，叶墉、徐向前率领红四师解放了龙门县城，并通过镇压当地土豪劣绅，宣传中国共产党主张，得到了龙门人民的热烈拥护。随后，龙城街古叵口、江夏村，龙江镇禾洞村、石墩村，永汉镇低叵村，南昆山上坪村等地纷纷策应，红色革命呈现星火燎原之势，直至解放龙门。在此期间，叶剑英、尹林平、黄柏等重要将领亦曾在龙门坐镇指挥。龙门县“全民皆兵”式的革命为抗日及解放战争作出了重要贡献，也历史性地创造了稳定发展的社会经济环境。



图 1-7：龙门县革命抗战遗址

### (5) 30 年前——经济建设阶段：靠一批镇街，开基立业。

改革开放后，龙门县经济社会再次焕发活力，镇街成为发展主力军。建材业（平陵、沙迳、龙江等）、竹木加工业（麻榨、龙潭等）、农副食品加工业（龙华、路溪、麻榨等）、服务业（龙城、永汉等）、民间绘画（永汉、龙华、龙城等）、旅游业（南昆山、永汉、龙田、地派、蓝田等）等三次产业稳步发展。

水泥、农民画和温泉成为龙门县“三大宝”。其中，建材业的迅猛发展，为龙门县地方财政提供了重要保障；农民画则让龙门县登上了文化艺术的殿堂，成为中国现代民间绘画画乡；1981 年从南昆山起步的旅游业，让经济社会发展落后的龙门县跻身广东省旅游强县行列，获得了中国最佳文化生态旅游目的地、中国温泉之乡、世界森林温泉保养地等顶级荣耀，成为了国内外游客万众瞩目的旅游新星。

## 1.2 两股重要力量

龙门县“鲤鱼跃龙门”式的历史进程，可以说是历尽了艰辛。其中，自然和民众两股力量值得敬畏，它们曾让龙门县遭遇“天灾人祸”，也正在让龙门县享受“发展甜头”。唯有处理好人与自然的关系、政府与民众的关系，才能再度谱写龙门县的辉煌未来。

### (1) 自然的力量：绿水青山就是金山银山

龙门县坐镇万山之中，是广东山水龙脉之地，因地处增江上龙门而得名。明清时期，靠山吃山、靠水吃水的索取式生产方式（包括无节制的砍伐竹木、烧山辟田、挖煤采矿等）及建国初期掠夺式发展的建材能源工业，都对龙门县山体、空气、水质、植被等造成了较大的破坏。脆弱不堪的生态环境，引发了频繁的自然灾害。据《龙门县志》有关记载整理，龙门历史上发生过 60 余次较为严重的

自然灾害，包括水灾、旱灾、山崩、台风、虫灾、蝗灾、地震、饥荒、火灾等，给龙门造成了巨大的经济社会损失。

改革开放后，环保意识的加强、技术条件的进步以及生产方式的提升，一定程度上降低了龙门县对自然环境的破坏，水灾、旱灾等自然灾害也随之减少。近年来，在生态文明建设和旅游业大发展背景下，可持续、绿色发展成为龙门县经济社会的主基调。2015年，龙门县成为了广东省首个省级生态县。

历史的经验教训启示龙门：唯有人与自然和谐相处，绿水青山才是金山银山。

## **(2) 民众的力量：一切为了群众，一切依靠群众**

强化治安是龙门建县的主要原因之一。民国之前，龙门县统治阶级（地方官、军队、地主等）与基层民众的关系十分紧张。根据《龙门县志》有关记载整理，明清至民国末年，龙门县共计发生了 20 余次民众反抗或土匪作乱事件，龙门县城曾 4 次被攻陷。明朝、清代县志大事记第一条和民国时期最后一条大事记都与此相关。造成龙门县社会动荡的主要原因可能有两个：第一是交通闭塞，当地民众生活艰辛贫困；第二是山高水远，上级府衙官兵无暇监管；第三是地势险要，有利于暴民和土匪藏匿；

龙门解放后的近百年来，中国共产党凭借“从群众中来，到群众中去”的执政路线和“打土豪，分田地”的惠民措施，迅速赢得了广大人民群众拥护。在“统一思想、凝聚共识”大背景下，龙门县广泛调动群众，借由“全民一心干革命”、“全民一心搞建设”，逐步打破了闭塞孤立的发展瓶颈，创造了前所未有的稳定和谐社会环境，实现了经济社会和人民生活显著提升。

历史的经验启示龙门：一切为了群众，一切依靠群众，才可能创造更好未来。

## **2 龙门在哪里**

跳出龙门看龙门，可以清晰地界定当前龙门身处的坐标：区位上是珠三角休闲后院，生态上是中国最美生态文化旅游名县，文化上是中国现代民间绘画画乡，产业上是世界森林温泉保养地，经济上是发达地区后发区域。

### **2.1 区位坐标：珠三角休闲后院**

龙门县位于广东省中部，珠三角北部，东南与河源市东源县、惠州市博罗县接壤，西南与广州市增城区、从化区毗邻，北与韶关市新丰县相连。另根据地理考证，龙门南昆山主峰天堂顶是广州龙脉起点。长期以来，发展滞后的闭塞交通埋没了龙门县的区位优势。以 2012 年第一条高速公路（广河高速公路惠州段）建成通车为新起点，龙门县将在“十三·五”期间形成“两横三纵一支”的高速

公路网，进入高速时代，无缝对接珠三角一小时通勤圈，一小时可达广州、东莞、深圳、惠州市区等地，快速联通白云机场、宝安机场等国际空港门户。

在旅游时代到来及消费升级趋势下，作为“珠三角休闲后院”的区位坐标意味着巨大的市场蛋糕，龙门县可以全面覆盖珠三角及港澳地区 6600 万的富裕人口，并有望撬动国内外主要城市群的投资与消费市场。



图 1-8：广州“龙脉”意象图



图 1-9：龙门交通区位分析图

## 2.2 生态坐标：中国最美生态文化旅游名县

龙门县坐镇万山之中，共有森林公园 16 个，自然保护区 5 个，全县森林覆盖率达 76.6%。特别是南昆山，被誉为“北回归线上的绿洲”、“南国避暑天堂”等。此外，龙门河网密布，水资源丰富，温泉水、饮用水和矿泉水远近闻名。近年来，在生态文明建设和旅游业大发展的背景下，绿色崛起成为龙门经济社会建设的主旋律。继获得全省首个“广东省生态县”称号后，龙门县也获评“中国最美生态文化旅游名县”称号，并建成国家级生态镇 1 个，省级生态镇 7 个。

作为“中国最美生态文化旅游名县”的生态坐标，意味着龙门有条件、有义务，发展绿色产业，引导绿色消费，构建绿色生活和休闲城市。



图 1-10：龙门县生态文化旅游景区景点

### 2.3 文化坐标：中国现代民间绘画画乡

龙门农民画是广东省唯一的农民画画种，联系着传统与现代，沟通着农村与城市，链接着艺术与市场，已成为新时期文化产业发展的亮点。自 1972 年开始创作以来，龙门农民画以两大画展（1978 年广州文化公园的“龙门农民年画展”，1987 年北京中国美术馆的“龙门现代民间绘画展”）为契机，历经“政治化、艺术化、商品化、产业化”四大发展阶段，先后荣获“中国现代民间绘画画乡”和“广东省民族民间艺术（农民画艺术）之乡”等称号。目前，龙门农民画已基本形成了集创作、收藏、展示、销售、培训、研发为一体的产业链条，2015 年以龙门农民画为龙头的文化产业产值约为 13.14 亿元。

作为“中国现代民间绘画画乡”的文化坐标，意味着龙门县占据了一个极有潜力打响龙门品牌知名度的文化艺术制高点。同时，农民画也可以作为输出中国美丽乡村建设“广东经验”及中国县域旅游样板“龙门模式”的艺术载体，以更富内涵、更具价值的形式，走出龙门，走出广东，走向中国，走向世界舞台，甚至载入历史。

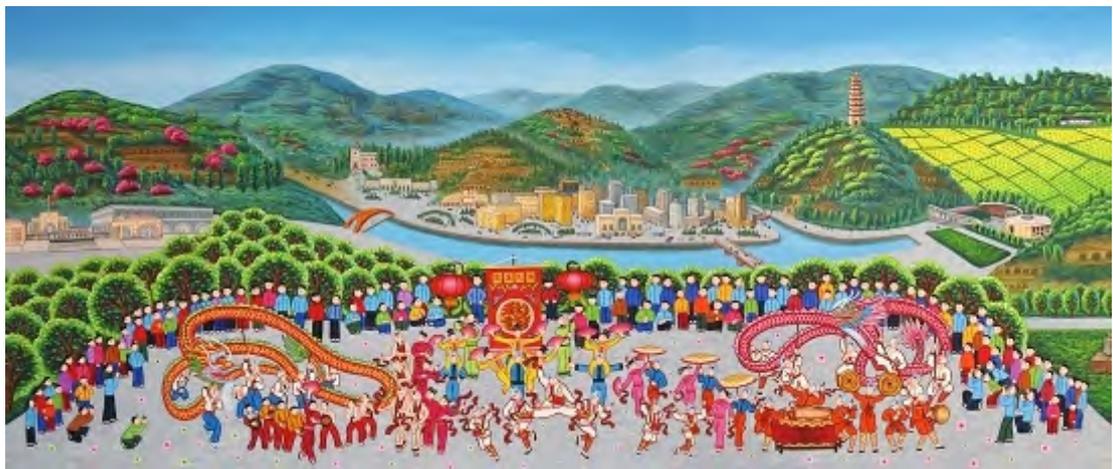


图 1-11：龙门县农民画

## 2.4 产业坐标：世界森林温泉保养地

世界温泉看中国，中国温泉看广东，广东温泉看龙门。中国是中低温泉地热大国，约占全球温泉资源的 8.6%。广东省是中国温泉资源最为丰富的板块之一，也是温泉产业发展最好的地区。龙门县则是广东省温泉资源密集区和高产区，而且是为数不多富含铁、硫、氡、钙、镁等几十种有益人体微量元素的医疗温泉。经过近三十年的发展，以环南昆山森林温泉度假产业带为代表的龙门温泉现已拥有 13 处温泉景区（包括 3 家国家 4A 级旅游景区），总投资超百亿元，年接待游客数百万人次，已然是广东省乃至国内外规模可观的温泉产业集聚区。近年来，龙门县也获得了“中国温泉之乡”、“世界森林温泉保养地”等荣誉称号。

作为“世界森林温泉保养地”的产业坐标，既意味着龙门温泉有极大的投资与消费市场潜力，也意味着极大的资源保护重任，转型升级是龙门温泉大势所在。



图 1-12：温泉度假景区

## 2.5 经济坐标：发达地区后发区域

山高水远的闭塞交通和“八山一水一分田”的用地限制等原因，使得龙门县在漫漫历史中始终处于落后状态。2015 年，龙门县地区生产总值 158.64 亿元，人均 GDP 达到 50147 元，首次超过全国平均水平，但与博罗、从化、增城等周边县市仍有较大差距。与此同时，尽管近年来龙门县 GDP 增速始终保持领先优势，但从 GDP 增量上来看，实际上还是落后的。这说明，龙门县与周边县区的 GDP 差距正在逐年拉大。

作为“发达地区后发区域”的经济坐标，给龙门县以启发：在落后背景下，龙门县虽然能获得一定的政策倾斜，但在激烈的区域市场竞争中，龙门传统产业经济难免处于下风。如果选择走前人走过的路，龙门县或许永远都将落后。唯有不走寻常路，适度超前地走在前列，发挥后发优势，才有可能弯道超车。

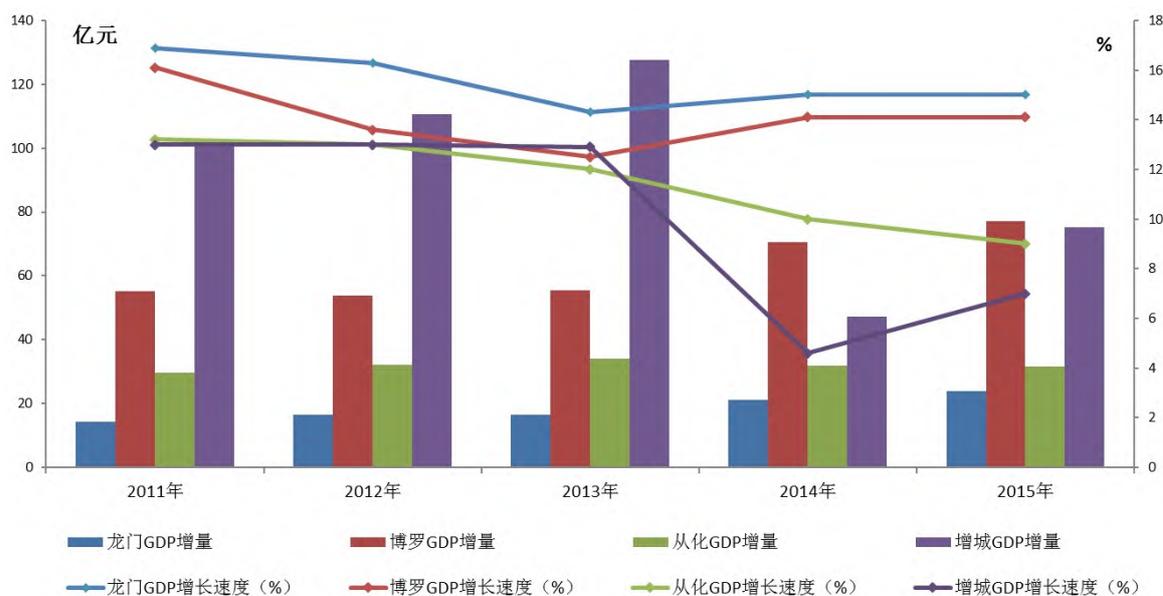


图 1-13：近五年龙门、博罗、增城、从化四县区 GDP 增速及增量对比图

### 3 龙门向哪去

以史为鉴，可以知兴替。通过“立命、立家、立文、立志、立业”的历史积累，龙门县顺利跃过了第一道“龙门”，从“鲤鱼”蜕变为“蛟龙”。然而，“飞得更高”才是真正的“龙门梦想”。放眼未来，龙门县应以新常态新机遇为第二道“龙门”，通过“处世立名”实现从“蛟龙”到“真龙”的第二次飞跃。

#### 3.1 一条总路线：绿色崛起

“绿色崛起”是国家和省市对龙门县的共同期望。习近平总书记多次在重要场合强调“绿水青山就是金山银山”；省委书记胡春华莅临龙门县调研时，要求龙门“走环境保护与经济发展共赢之路”；市委书记陈奕威则指示龙门要“扬生态之长、补工业之短”；历任县委书记也始终把生态放在第一位。在贯彻落实国家和省市指导意见背景下，龙门县也不负众望，成功创建了广东省首个生态县。

“绿色崛起”是龙门县“弯道超车”的最优策略。“绿色崛起”是龙门县在珠三角区域竞争中，最有可能出奇制胜的突破口，因为龙门有生态基底、有品牌知名度，有产业实力、有资本与市场潜力。未来，龙门县可以创建国家生态文明示范县为统领，深入践行绿色发展理念，着力营造绿色发展、低碳发展、循环发展的环境，逐步转变经济社会发展模式，优先发展绿色低碳循环产业，倡导绿色出行、生活、消费和休闲方式，重点吸引高时效资本、高溢价项目和高净值人口，综合构建“宜居、宜游、宜文、宜业”的绿色城市，以更好质量、更高水平，实现“绿色崛起”。

### 3.2 三个关键点：交通、园区、城市大升级

改革开放以来，龙门县经济社会发展滞后的主要原因，是在工业化、城市化进程中，交通网络、园区平台和城市软硬件等关键领域没有条件跟上大部队，没有办法实现弯道超车。但在新常态背景下，依靠新趋势变短板为长板，是有机会后来居上，走在前列的。

**交通升级：“扩网加速”与“快旅慢游”并行。**龙门县在高速时代遗留的下来的交通短板，通过“十三五”期间对外内交通的扩网加速，可以很大程度上减少与周边发达地区的差距。但未来或将进入高铁、空港时代，龙门县在珠三角交通枢纽布局的博弈中，应当尽力争取利好，但难免处于下风。更为主动的策略，是适当超前地布局适应休闲时代大众出行方式的交通网络体系，尤其是以“一机、三车、一船、一双脚”（直升飞机，自驾车、自行车、观光车，游船，步行）为载体，以通用机场、直升飞机停机坪、旅游公路、自驾车营地、城乡绿道、徒步步道、水陆旅游公交等为重点的慢行系统。通过率先组建“海陆空一体化、快旅慢游”的新型交通网络体系，来赢得区域发展的战略先机。

**园区升级：“扩能增效”与“腾笼换鸟”并进。**传统工业化时代，边缘化的交通和经济社会条件使得龙门县工业发展明显滞后，一定程度上沦为了发达地区低端产业和产业链低端企业的转移对象。在后工业时代到来之际，“订单式”、“低价竞争”的产业模式已经过时，唯有通过攻关微笑曲线的两端（研发设计和品牌营销），适当超前地抢占行业创新和市场开拓的主动权，才可能以后来者身份获取社会分工体系中的有利位置，从而实现最大化的综合效益。为此，建议龙门县产业发展采取两方面行动：一方面可以通过“一区四园”扩能增效战略的实施，引导工业园区化、品牌化发展，并逐步淘汰落后产业、过剩产能和“两高一低”企业，培育极具本土特色的特色行业和龙头企业；另一方面，可探索以“腾笼换鸟”形式，大力引进大健康产业、旅游产业、文化创意产业、中高端消费性行业等新兴产业，扶持国家中医药健康旅游示范区、旅游特色商品制造园、文化创意园等特色基地的发展。以此，重塑龙门县产业实力，强化市场竞争力。

**城市升级：“扩容提质”与“主客共享”并举。**城乡环境风貌差是龙门县经济社会发展滞后的结果，也是拖累经济社会跨越式发展的重要瓶颈。在新型城镇化进程中，唯有以人为本，引导城市更新与人文复兴、旅游发展等行动相衔接，才更有利于城市的升级发展。为此，建议龙门县统一城乡规划，引导“小而美”的特色小镇及美丽乡村的发展，优先保证“生态的首位度、空间的开放度”，重点保障“宜居的尺度、宜游的程度、宜文的深度、宜创的热度”，逐步完善城市功能性配套，优化景观式城乡风貌，营造幸福导向型的城乡生活、生产、休闲环

境。借此，不断提高本地人口的综合素质、创收能力和生活、休闲质量，吸引高净值、高技术、高消费、高产出人群，实现主客共享。

### 3.3 一台主引擎：全域旅游

旅游业是龙门“强县富民”的主导产业，也是龙门扬名海内外的第一名片。改革开放以来，龙门旅游业发展迅猛，一马当先，连续5年获评“广东省县（市）域旅游综合竞争力十强”，并被评为首批国家全域旅游示范区创建单位。据统计，2016年1-11月龙门县接待游客共863.38万人次，实现旅游收入45.80亿元，分别同比增长13.63%和34.31%，预计全年接待游客928万人次，旅游总收入49亿元，同比增长13.6%和34.3%。与此同时，旅游业为龙门县带来了诸多品牌荣誉，包括广东省森林生态旅游示范基地、中国最佳文化生态旅游目的地、中国温泉之乡、世界森林温泉保养地等。

旅游业或将成为龙门县通过绿色崛起实现弯道超车的主要引擎。作为经济新常态的时代风口、新型城镇化的主要引擎和幸福产业之首的旅游业，可凭借“旅游+”融合模式，发挥“1+1>2”的综合带动性，统筹党政和群众力量，凝聚发展共识，举全县之力做大做强旅游产业，加速实现交通、园区、城市的大升级，变短板为长板，助推龙门县巩固生态福利，抢占政策红利，强化产业实力，重塑文化魅力，激活社会活力，从而实现“强县、富民、兴文、美区”的最大化效益。

## 四、解读龙门旅游

### 1 旅游发展脉络

龙门旅游起步于改革开放后，先后经历了上山入林、环山进村、绕水围城等三大发展阶段。而2016年则是龙门全域旅游时代的新起点。

#### 1.1 上山入林阶段

1979年开始，县委、县政府把开发南昆山作为与外界沟通的桥梁，通过《人民日报》登载的《南昆绿意》、《南方日报》登载的《北回归线上的绿洲》等推动对南昆山的对外宣传。1984年，南昆山正式成立省级自然保护区，1993年成立国家森林公园。在此期间，以南昆山为突破口的龙门旅游正式起步，宾馆、酒楼、特产店等基础性配套不断丰富起来。但旅游发展规模较小，且集中在永汉南昆山核心区。

## 1.2 环山进村阶段

进入 21 世纪，在龙门铁泉、南昆山温泉大观园等老牌景区的带动下，以十字水生态度假村为代表的森林温泉度假景区（点）如雨后春笋般不断成长起来，旅游地产、乡村民宿、特色农家乐等业态也被带动起来。龙门旅游迅速进入快车道。在此期间，作为先锋军的永汉、龙华、龙田、地派、蓝田等乡镇率先尝到了旅游发展的甜头。龙门县则是名利双收。2010 年接待游客人次突破 400 万大关，旅游总收入超过 16 亿元，继获评“中国温泉之乡”后，又被授予“世界森林温泉保养地”荣誉称号，正式亮相国际舞台。

## 1.3 绕水围城阶段

“十二·五”时期以来，受金融危机、同质化竞争等因素影响，拳头性的森林温泉度假产业有所下滑，转型升级压力不断加大。与此同时，龙门县旅游空间覆盖面不断加大，涌现出了麻榨“红色水乡”，龙潭河湾，龙江花木之乡，龙城樱花岛、三沐谷，龙田龙景湾等一批新兴项目，滨水休闲、都市农业和城市旅游成为旅游投资热点。2015 年，龙门县共接待游客 817 万人次，实现旅游总收入 36.7 亿元，相比 2010 年又翻了一番。同时，龙门县被列入首批国家全域旅游示范区创建单位，正式开启了从景点旅游向全域旅游升级发展的新序幕。

# 2 旅游资源基底

从全域旅游角度看，龙门资源类型丰富，一流资源不多，潜力资源分布较广。

## 2.1 旅游资源类型丰富

根据国家标准《旅游资源分类、调查与评价（GB/T18972-2003）》，通过实地考察、部门座谈及文献查阅等途径，共发现龙门旅游资源单体 169 个，涉及 8 个主类，21 个亚类，41 个基本类型，其中，建筑与设施是主体构成部分，占比 43.2%。资源的丰富性一定程度上也决定了龙门旅游产品和活动体验的丰富性。

表 1-2：龙门县旅游资源单体统计

主类	地文景观	水域风光	生物景观	天象与气候景观	遗址遗迹	建筑与设施	旅游商品
资源单体个数（个）	20	30	7	1	9	73	26
占总量比率（%）	11.8	17.8	4.1	0.6	5.3	43.2	15.4

数据来源：实地考察、座谈及《龙门县志》等文献资料整理

## 2.2 一流资源少但分布集中

南昆山是龙门为数不多的一流旅游资源，被誉为“北回归线上的绿洲”、“南国避暑天堂”等，现为国家4A级旅游景区、国家生态旅游示范区。森林、温泉是其最具吸引力的元素，多数分布在环山一带。目前，以南昆山为依托，聚集了以十字水生态度假村、南昆山温泉大观园为代表的一批森林温泉景区（点），及特色民宿、农家乐、旅游地产等业态，成为龙门名副其实的旅游产业集聚区。这有利于全域旅游龙头的打造。

## 2.3 潜力资源较多且分布广

龙门县域范围内一般性旅游资源比较多，分布广，开发程度低，开发潜力大。总体来看，山水资源有承载力、文化资源有影响力、产业资源有生产力。

### （1）山水资源有承载力

龙门县森林覆盖率达76.6%，是广东省首个生态县。目前，共有森林公园16个。其中，国家级森林1个（南昆山国家森林公园），省级森林公园3个，市、县级森林公园共有8个。自然保护区5个，其中省级保护区1个，市、县级保护区各2个。同时，龙门县水域风光较佳，以龙门河为代表的河网交错纵横，以天堂湖水库为代表的大小湖泊星罗布，以温泉水、山泉水为代表的水质清冽甘甜。除南昆山及龙门河以外，绝大多数森林公园、河流水库并未与旅游业形成联动。在国家政策扶持背景下，山水旅居无疑会是龙门县全域旅游的重要名片。



图 1-14：天堂山水库及西林河风景

## (2) 文化资源有影响力

龙门县有近 5000 年的人类居住史和 520 年的建县史；龙门人重教兴文且富有革命抗争精神；全县共有 3 个中国传统古村落，51 处文保单位，其中省级文保单位 6 处，市级文保单位 11 处，县级文保单位 34 处，多数面临较大的保护与利用压力；各级非物质文化遗产项目 12 项，其中省级 3 项，现有各级“非遗”代表性传承人 24 人，其中省级传承人 3 人；龙门农民画是中国农民画代表之一，从 1972 年开始创作以来诞生了许多优秀作品，曾多次在广州、北京、上海、巴黎等顶尖舞台展销，享誉海内外；蓝田瑶乡舞火狗是广东省非物质文化遗产，有望入选国家非物质文化遗产名录；另外，龙门县文化资源基本分散在各个乡村中，有利于全域旅游的迅速开展，也有利于旅游扶贫富民工程的全面普及。

表 1-3：龙门县文保单位名录

级别	名称
省级	功武村古建筑群、廖金凤墓、见龙围与炮楼、鹤湖围、三洞社稷坛、文佑王公祠
市级	水坑文笔塔、水坑村古建筑群、绳武围、官田村王屋古建筑群、三寨谷造纸遗址、张民达、叶剑英革命活动旧址、江夏谭家祠、子轩范公祠、花围焕文楼、白芒坑革命旧址、菊庄刘公祠

## (3) 农业资源有亲和力

龙门县是传统的农业大县，现有龙头企业 19 家，其中省级龙头企业 1 家，市级龙头企业 17 家；共有农民专业合作社 278 家，其中省级合作社 5 家，市级合作社 21 家，县级合作社 28 家；共有家庭农场 1434 家，其中省级家庭农场 4 个，市级家庭农场 2 个；竹木、优质米、粉葛、慈菇、中药材、淮山、油茶、水果、花卉等农副产品种类繁多、产量较好、质量上佳、价格实惠，饱受游客好评。在大力推进农业现代化建设前提下，农业旅游或将成为龙门全域旅游大步向前的重要突破口。



图 1-15：麻榨下龙杨桃及蓝田长荣花卉

## 2.4 旅游品牌丰富多彩

龙门是中国旅游明星县之一。改革开放以来，龙门旅游获得各类品牌荣誉 13 项左右。其中，世界级荣誉 1 项，被评为世界森林温泉保养地；国家级荣誉 7 项，包括中国温泉之乡、中国年桔之乡、中国现代民间绘画画乡、中国民间文化艺术之乡、中国最佳文化生态旅游目的地、中国最佳休闲度假旅游名县、中国最美文化生态旅游名县等；省级荣誉 5 项，包括广东省旅游强县、广东省旅游特色县、广东省国民旅游休闲示范县、广东省最受欢迎省内旅游目的地、广东省游客最佳自驾游目的地。

龙门旅游走在省、市前列。2011 年至 2015 年，龙门县连续 5 年获评“广东省县（市）域旅游综合竞争力十强”。2015 年，龙门县成为广东省 7 个国家全域旅游示范区创建单位之一，南昆山生态旅游区则成为广东省第 4 个国家生态旅游示范区。此外，2015 年龙门县旅游业增加值占 GDP 比重高达 10.4%，明显高于惠州市（4.7%）和广东省（6.8%）的平均水平。作为广东省旅游排头兵的龙门县，也应当在全域旅游时代继续引领潮流，甚至积极输出“龙门模式”，成为中国县域旅游的先行样板。

## 3 旅游市场概况

### 3.1 惠州旅游直指第二梯队

#### （1）惠州旅游或率先进入珠三角第二梯队

2005 年以前，惠州在珠三角区域旅游中处于第三梯队落后位置，2000 年时年接待游客总量只有 426 万人次。2006 年以来，惠州旅游逐步上升到中间位置，竞争力显著增强。2015 年，惠州市共接待游客 4076.83 万人次，旅游总收入超过 330 亿元，排名第 5，处于珠三角旅游第二梯队前列位置。在惠州市实施以更好水平、更高质量进入珠三角第二梯队城市的战略背景下，惠州旅游或将率先进入珠三角旅游第二梯队。

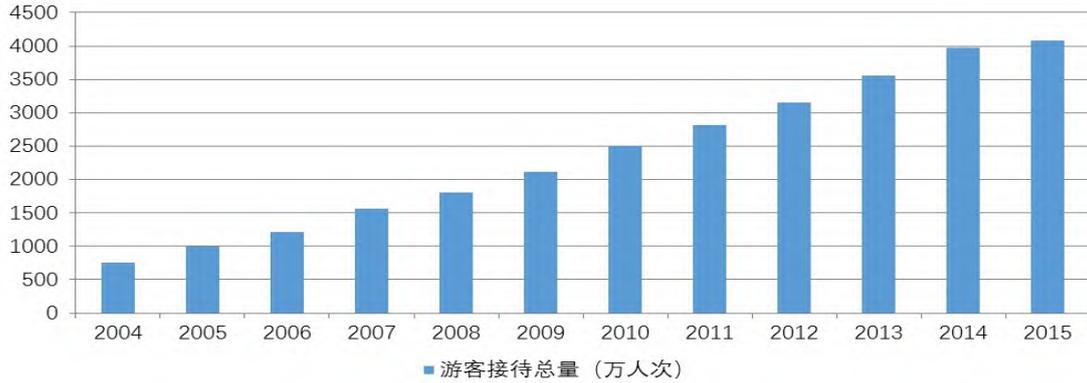


图 1-16: 2004—2015 年惠州游客接待总量

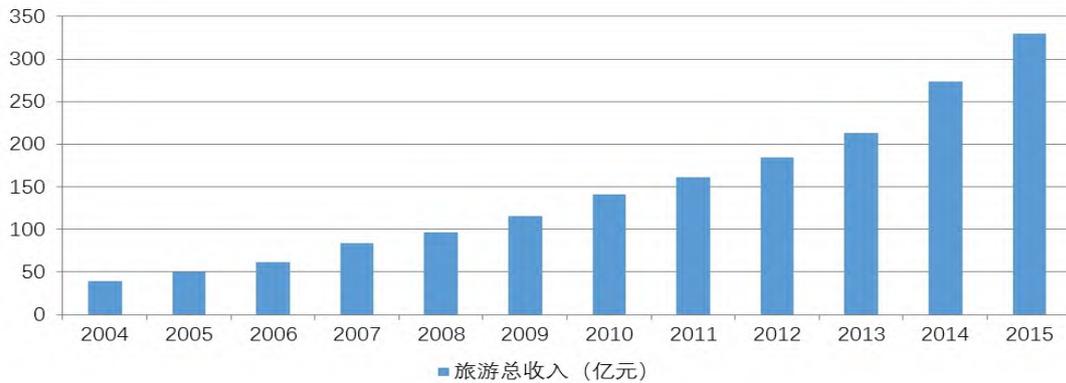


图 1-17: 2004—2015 年惠州市旅游总收入

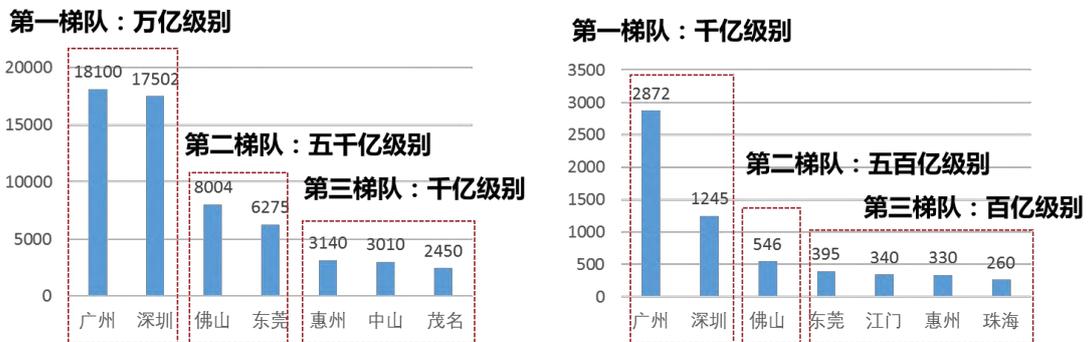


图 1-18: 惠州市 GDP 及旅游总收入在珠三角排名情况对比

## (2) 龙门是惠州旅游的重要代言人

据《惠州市旅游发展战略研究报告》介绍，惠州市现有国家 5A 级旅游景区 1 家，国家生态旅游示范区 1 家，国家 4A 级旅游景区 10 家。其中，龙门县占了 4 个名额。另外，通过与博罗旅游近五年的对比，可以发现在年接待游客人次上龙门仍有极小劣势，但存在较大的反超可能性；在旅游总收入上龙门县一直保持较大的领先优势；在旅游业对 GDP 的综合贡献上，龙门旅游（22.6%）更是大幅领先于博罗旅游（10.8%）。可以看出，龙门旅游在惠州旅游中占据了突出地位。

表 1-4：惠州市主要 A 级旅游景区

类别	名称	属性	等级
核心景区	罗浮山	综合性	5A
	惠州西湖	综合性	4A
	南昆山	综合性	4A/国家生态旅游示范区
	巽寮（金海湾）	综合性	4A
重点旅游景区	南昆山温泉大观园	温泉	4A
	龙门铁泉	温泉	4A
	尚天然温泉	温泉	4A
	海滨温泉旅游度假区	温泉	4A
	叶挺将军纪念园	文化旅游景区	4A
	永记生态园	农业主题公园	4A
	五矿·哈施塔特旅游小镇	异域风情小镇	4A

数据来源：在《惠州市旅游发展战略研究报告》基础上，更新最新数据

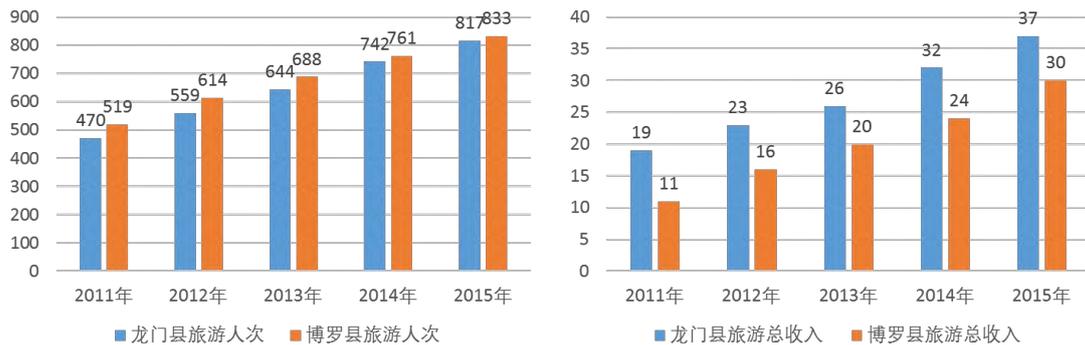


图 1-19：2011 年至 2015 年龙门旅游与博罗旅游发展对比

### 3.2 龙门旅游市场欣欣向荣

**游客人次和旅游总收入迅猛发展。**2002 龙门县年接待游客约 40.38 万人次，2015 年则高达 816.92 万人次，增长超 20 倍，年均增长率高达 26%。与此同时，旅游总收入也不断创造新高度，2002 年约为 11880 万元，2015 年增加到 367023.27 万元，增加近 31 倍，年均增长率超 30%。2015 年底，全县共有旅游景区 18 处，景点 30 个，旅行社 3 家，住宿业（酒店、旅馆及招待所）317 家，餐饮业 643 家，其中客房 9797 间，床位 19661 多个，餐位 76537 个。值得警惕的是，龙门县人均旅游消费远低于国家和省市平均水平。这说明，龙门旅游业仍处于观光休闲初级阶段，旅游业态、产品层次仍待改善。

表 1-5：国家和省市县旅游业数据对比

地区	旅游接待人次 (人次)	旅游总收入 (亿元)	人均旅游消费(元)	增加值占 GDP 比重
全国	41 亿	4 万	975	2.7%
广东	7.43 亿	10365	1395	6.8%
惠州	4076.83 万	330.23	810	4.7%
龙门	816.9 万	36.7	449	10.4%

数据来源：国家和省、市、县 2015 年政府工作报告

### 3.3 龙门旅游客源十大特征

为充分了解龙门县的游客市场情况，项目调查组采用现场访谈和问卷调查相结合的方式，对龙门县 9 家酒店和 6 处旅游景点进行旅游客源特征分析。

#### (1) 旅游市场以珠三角为主体

根据到访游客抽样分析，国内旅游市场占绝对主体，主要集中于广东省内（76.75%）；且集中在珠三角核心城市，其中广州、惠州、深圳、东莞占据了龙门县 90% 的市场份额。

表 1-6：龙门的客源地省际地域结构（前 10 名）

省份	广东	广西	海南	浙江	重庆
人数	4361	446	221	48	38
比例	76.75%	7.8%	3.9%	0.8%	0.67%
省份	河南	上海	四川	江苏	陕西
人数	26	25	25	24	24
比例	0.45%	0.44%	0.44%	0.42%	0.42%

数据来源：龙门县酒店住客及景区游客调查，下列图表也是同样，不再赘述。

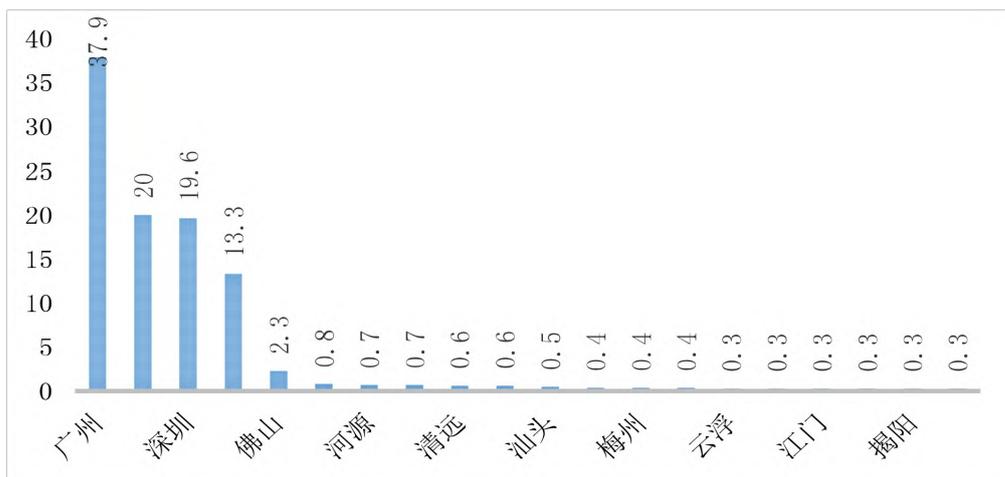


图 1-20：龙门县外省省内游客客源地分布（单位：%）

## (2) 旅游市场受季节、周末影响较大

——过夜市场对季节和周末季度敏感。景点在秋季及冬季的客流量明显高于其他季节，周末的客流量业远远高于平时。

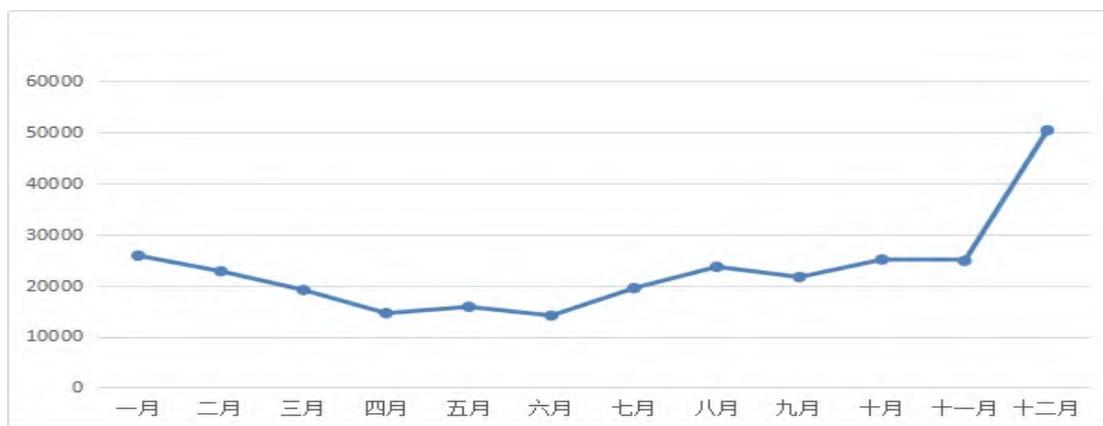


图 1-21：龙门县主要酒店接待人次月变化折线图

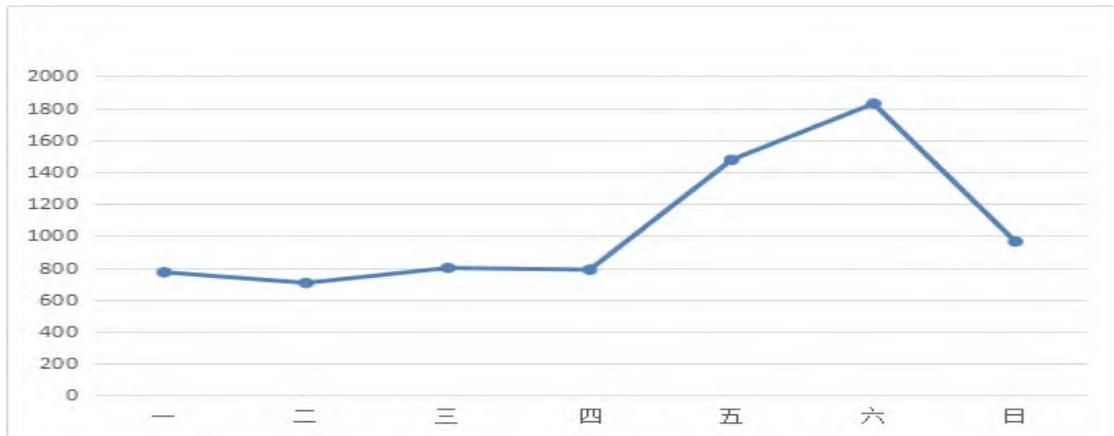


图 1-22: 龙门县主要酒店接待人次日变化折线图

——度假类景点受季节及周末影响较大。温泉度假及森林度假景点呈现显著的季节性变化；周变化中，温泉度假类景点的波动比森林度假更加明显，人文类景点变化平稳。

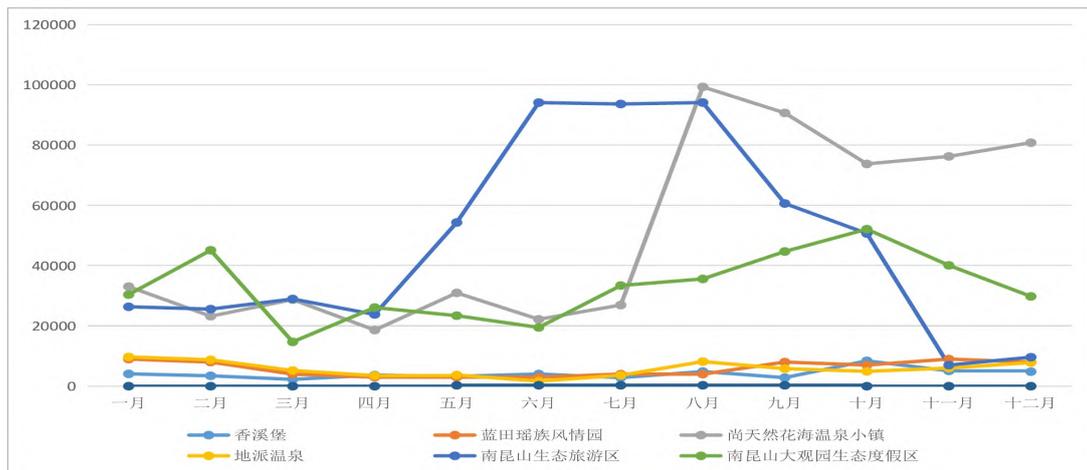


图 1-23: 龙门县主要景点游客数量月变化折线图

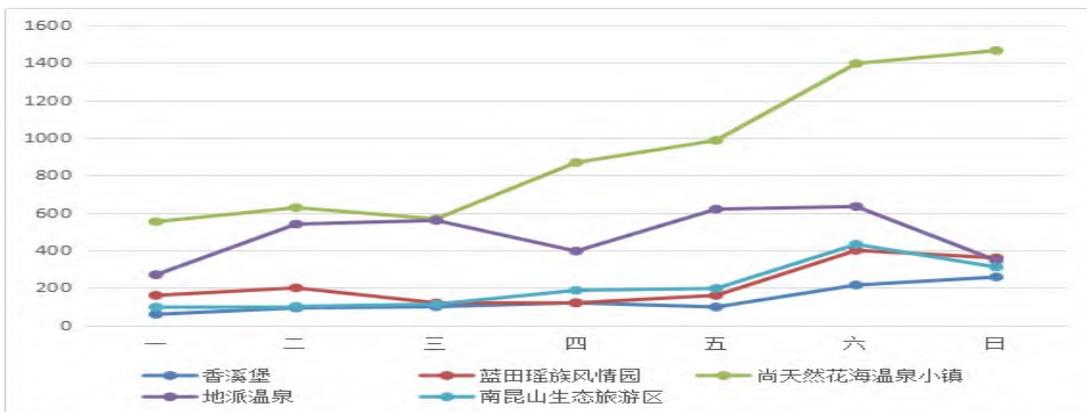


图 1-24: 龙门县主要景点游客数量周变化折线图

### (3) 到访游客以中青年为主

调查显示，19—40 岁年龄段的游客占总量的 81.52%，过夜游客中 19—40 岁年龄段的游客比例为 84.5%。总体来看，游客市场以及过夜市场呈现年轻化。

表 1-7：龙门旅游市场抽样年龄构成（单位：%）

类型	18 岁以下	18-30	31-40	41-60	60 以上
游客	2.53	33.68	45.31	15.20	3.28
过夜	2.4	36.2	48.3	13.1	2.4

### (4) 游客出行以温泉度假、观光游览为主

调查显示，671 份有效问卷中来龙门为了进行温泉度假的比例为 44%；观光游览游客紧随其后，占比 40%，然后依次分别为探亲访友、商务业务、购物等旅游动机前来旅游的游客。对于过夜游客，温泉度假及观光游览也是最主要目的。



图 1-25：龙门县游客旅游动机分类（单位：人）

### (5) 自驾游散客是主体

——到访游客以自驾车、长途车、旅行社为主。自驾车来龙门县的游客人数比例高达 61%。乘坐长途汽车和通过旅行社来龙门县旅游的人数比例分别为 19%和 13%，自驾车已经成为游客来龙门县旅游第一选择的交通方式。

——过夜游客以自驾游为主。过夜游客自驾车来龙门的比例高达 62.2%，其次是长途汽车（22.4%），火车转乘、飞机转乘、旅行社及其他方式来龙门的过夜游客较少。

表 1-8：龙门县旅游方式抽样调查（单位：%）

	自驾车	长途汽车	火车转乘	飞机转乘	旅行社	其他
游客 (%)	61	19	3	1	13	3

过夜 (%)	62.2	22.4	2	0.5	2.2	0.7
--------	------	------	---	-----	-----	-----

### (6) 逗留时间较长且重游率高

——逗留时间基本两天以上。调查结果显示，龙门县的游客中，停留超过两天（含两天一夜）的游客比例高达 76%，其中以逗留两天为主，占比 44%，其次为三天（18%）及三天以上（14%）。

——二次以上过半数：53%的游客是“回头客”，即非第一次来到龙门县旅游，可见龙门的“重游率”是较高的。

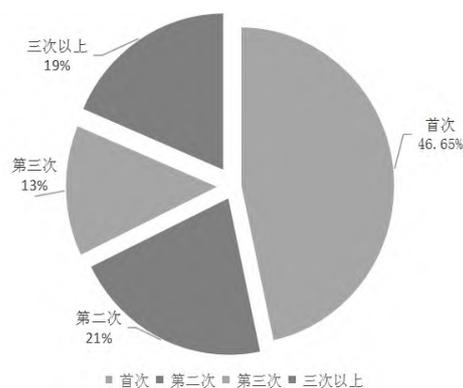
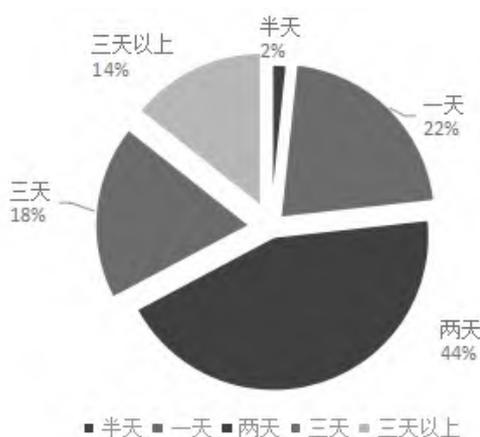


图 1-26：龙门县游客旅游停留时间 图 1-27：龙门县游客来龙门县的旅游次数

### (7) 游客消费潜力没有充分释放

——消费潜力较大。龙门县预期消费在 500 元以下的游客，在实际消费中都有所降低；但是预期消费在 501—1000 元、1001-2000 元和 2000 元以上的游客，在实际消费中比例都有所上升，这说明游客还具有很大消费潜力。

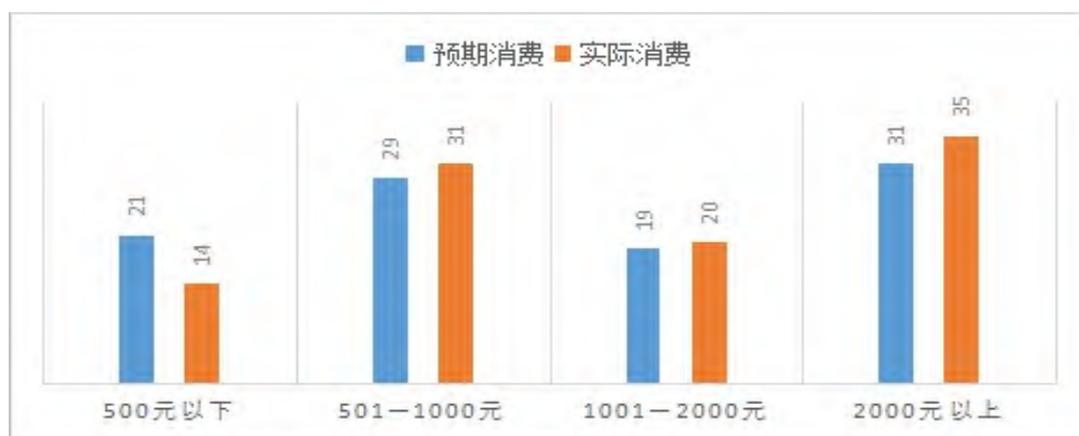


图 1-28：龙门县游客预期旅游消费与实际旅游消费对比图

——消费结构较单一。调查显示，温泉度假消费占 44%，其次是景点消费，占 35%；在住宿、交通、购物休闲、美食娱乐等的消费比重非常低。这正是龙门

人居旅游消费过低的原因，在休闲旅游配套方面存在严重的短板，致使消费结构单一，旅游消费减少，消费潜力无法释放。

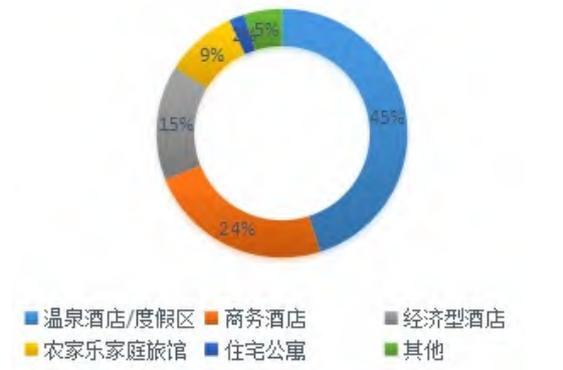
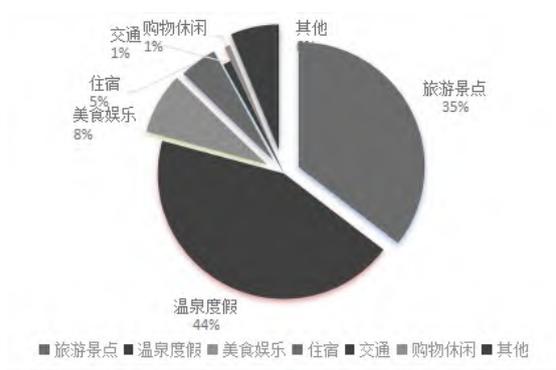


图 1-29: 龙门县游客消费结构图

图 1-30: 过夜游客入住酒店类型对比图

### (8) 度假酒店是过夜游客的首选

将江湾大酒店等 9 家酒店进行分类，分为温泉酒店/度假酒店、商务酒店、经济型酒店、农家乐家庭旅馆和住宅公寓五种类型。其中入住温泉酒店/度假区占 45%，遥遥领先于商务酒店及经济型酒店（24%、15%）。

### (9) 温泉酒店、旅游景点、生态环境成为龙门旅游核心吸引要素

在游客眼中，龙门县最具吸引力的是温泉酒店（29.5%），其次是旅游景点（26.8%）和生态环境（22.2%）。对于过夜游客来说，吸引要素依然如此。

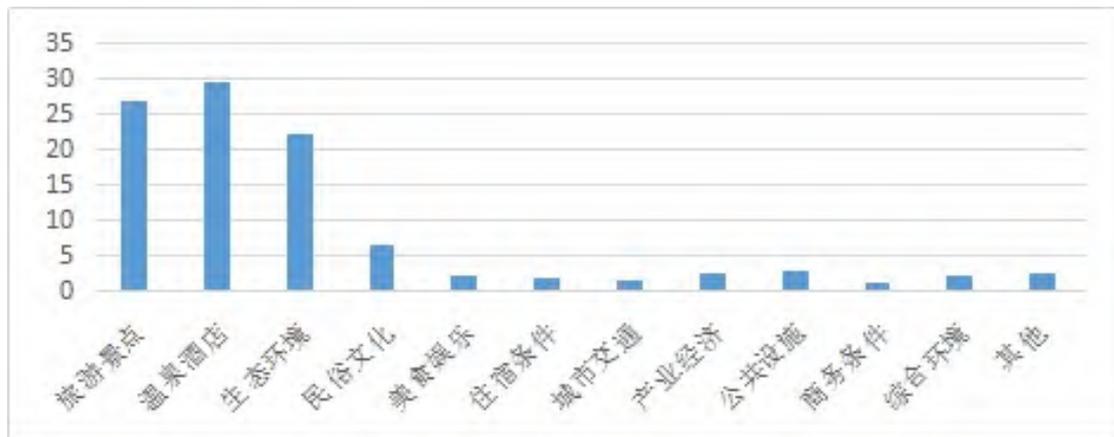


图 1-31: 龙门旅游吸引物排名图 (单位: %)

### (10) 旅游环境、商品和旅游项目是龙门旅游主要制约因素

在游客认知中，龙门县的人文环境是最需要改善的，占比达到 18.4%，其次分别为卫生环境（13.7）、旅游商品（14%）、旅游项目（11.8%）。对于过夜游客来说，主要制约因素依然如此。由此可见，龙门县当务之急是旅游环境和旅游产品的全面改善。

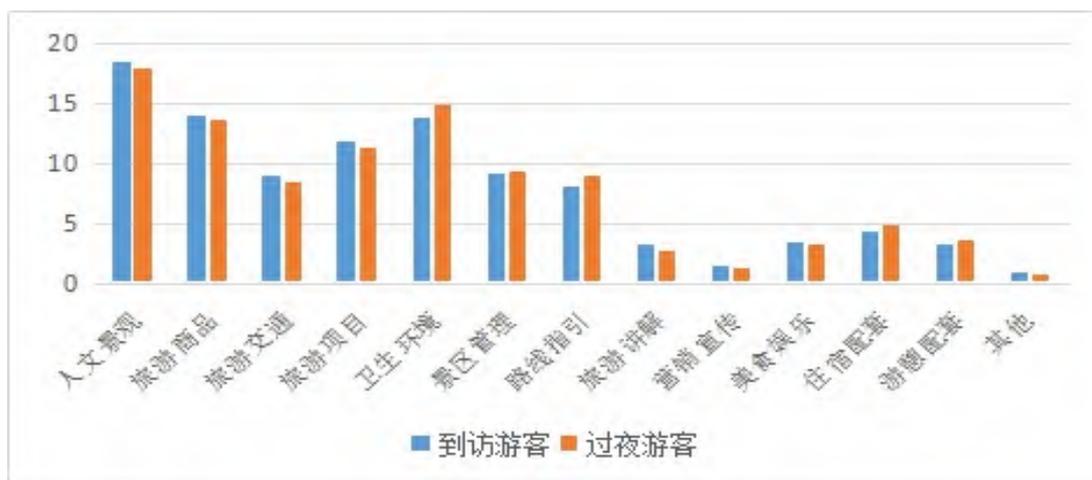


图 1-32：游客认为龙门旅游需改进的因素

## 4 旅游发展瓶颈

从旅游供给侧结构性改革视角看，龙门旅游主要面临“三个孤岛、两个瓶颈、一个短板”六大难题。从景点旅游向全域旅游升级，是解决龙门旅游供需矛盾的必由之路。

### 4.1 三个孤岛：景区、产业、区域孤岛

#### (1) 景区孤岛

龙门县景区与景区之间缺乏联动。①营销上，政府牵头的“日游南昆，夜沐温泉”系列产品有所发展，但是行业发展不够有序、规范，旅游企业之间缺乏合作意识，主动性、积极性不够；②交通上，对外交通环境显著改善，但是内部快速联通、慢行观光、悠游体验的旅游交通体系还十分薄弱，难以满足快速增长的自驾旅游市场需求；③产品上，同类景区之间差异化发展认识不深，定位层次不明显，仍有同质竞争倾向，尤其是在温泉养生和森林度假领域。④龙头带动上，环南昆山虽有极大的市场吸引力，但难以达成与周边乡镇、景区客源共享的格局，未能有效地将旅游人气转化为消费财气。

#### (2) 产业孤岛

当前，龙门县经济社会发展呈现二产与三产并驾齐驱的局面。近年来，在旅游业的带动下，当地房地产业、社会零售业发展快速。但是龙门县人均旅游收入（449元）远低于全国（975元）、广东（1235元）及惠州水平（810元）。同时旅游业对拉动就业的作用力仍有较大提高幅度。截至2016年5月，全县旅游从业人员仅为18107人，不足理论值54466人的三分之一。这说明龙门旅游的产业联动性未能充分发挥，原因有三：①旅游主管部门的职权十分有限，未能较好

地调配政府和社会资本，党政统筹、部门联合的意识不够统一，未能很好地对接政策红利、社会资本及产业服务配套等；②缺乏对国内外旅游行业优质资源（资本、组织、理念、人才、技术等）的整合力度，旅游项目招商有待优化、提升；③“旅游+”效应未能充分发挥，大旅游产业框架尚未成型，农业旅游、森林旅游、文化旅游、城市休闲等仍处于起步状态。

### （3）区域孤岛

珠三角休闲后院的区位优势未能较好转化为龙门旅游发展的实质效益。①在散客主导的旅游时代，龙门县景区服务设施完备，景观环境优美；而乡镇在公共服务、人文环境、卫生、景观等方面则整体欠佳，与景区形成强烈反差，二元结构明显，被戏称“景区像欧洲，乡镇像非洲”。②龙门旅游呈现明显的区域发展不均衡现象，永汉镇、地派镇、龙田镇旅游发展处于第一梯队，龙华镇、龙城街、蓝田乡处于第二梯队，其余乡镇旅游发展处于第三梯队。乡镇之间、梯队之间未能建立起联动、帮扶关系。③目前来看，龙门县与从化、增城、博罗在区域旅游合作上虽有协议框架，但并无实质性进展，尤其是在南昆山和罗浮山旅游一体化、环南昆山森林温泉度假产业等重大事项上；④在旅游交通、旅游信息化、联合营销、客源共享、线路设计和项目投融资等领域上，龙门县都未与惠州市层面、珠三角层面，乃至广东省、国家层面，形成协同互利的合作局面。

## 4.2 两个瓶颈：温泉资源、旅游用地不可持续

### （1）温泉资源不可持续

①环南昆山周边的从化、增城、龙门等地是广东省温泉第一密集区之一，现有 27 个温泉景点，开采量极大。②龙门县是医疗温泉富集区，有永汉和蓝田两个地热田分布带，总长度超过 100 公里，迄今已发现热矿泉（点）11 处。截至 2015 年，全县共取得温泉开采证矿区 4 个，总面积约 3.6 平方公里，热流体年开采总量为 175.15 万立方米。现有温泉景区（点）13 个，另有规划建设中的温泉类旅游项目 4 个，年接待游客近 200 万人次，温泉水使用量极大。③与此同时，由于开采技术难度低、执法监管难度大、地方管理条例缺失等原因，盗采温泉水的现象不断加剧，仅龙华镇高沙村一带已营业的私人温泉就有 20 多家。私家温泉的快速蔓延，愈发加重了温泉资源的浪费。将环南昆山旅游区上升到省级战略，是统筹“珠三角休闲后院”区域温泉水保护与开发的关键所在。

### （2）旅游用地不可持续

龙门县总面积 2295 平方千米，地势自西北向东南倾斜，山地及丘陵占总面积的 73%，森林覆盖率更是高达 76.6%。“八山一水一分田”的地理基底，直接

导致了龙门县可利用土地存量的匮乏；长期以来，土地指标闲置浪费、用地手续不全、土地利用方式粗放、土地投资强度低、农民土地私自买卖现象严峻等后天因素，更是进一步加剧了土地供需矛盾；旅游项目用地比重大，但多数建设指标落入旅游地产领域，为精品旅游项目配套的土地，指标有限，分布零散，基础设施配套不完善，开发利用成本较大。总的来看，“有项目没有土地”已然成为龙门旅游乃至经济社会发展的重大瓶颈。在此背景下，合理盘整土地存量、调整土地配置导向、强化选商选资意识、提高土地批后监管力度成为缓解土地供需矛盾的必要措施，旅游项目用地则应作为重点倾斜、监管对象。

### 4.3 一个短板：城乡公共体系薄弱

2015年，龙门县地方公共财政预算收入不足11亿元，只占惠州市财政收入的3.2%。经济社会发展的落后状态，严重制约了龙门县城乡公共服务体系的发展；环境卫生、教育医疗、公共文化、休闲游憩、交通网络等软硬件的建设、管理均落后于周边地区，并反过来成为拖累经济社会和旅游业跨越式发展的重要因素；在此背景下，2015年全县基础设施投资37.7亿元，占固定资产投资比重为22.3%，明显低于工业投资（31.2%）和房地产投资（34.1%），说明了政府对基础设施建设的重视和财政投入力度有待加强；与此同时，龙门县旅游发展呈现“景区像欧洲、镇区像非洲”的不均衡发展现象，侧面反映了社会资本在旅游基础设施建设上的重要作用，以财政为主导的基础设施开发模式亟需优化升级，PPP、项目分包、置换合作等新型模式可作为探讨、实践方向。

## 5 示范区创建条件

2016年，国家旅游局出台了全域旅游示范区创建验收标准，形成了8个方面1000分的验收标准，四个基本标准为准入门槛，总分750分通过验收。总的来看，龙门县旅游发展现状离国家全域旅游示范区创建验收标准仍有一定差距，但成功创建的可能性比较大。

**（1）对全域旅游的重视程度、旅游业综合贡献及旅游安全、文明和游客满意情况方面的创建条件较好。**目前，已经成立龙门县创建国家全域旅游示范区工作领导小组，完成了全域旅游规划的编制工作，举办了“全域旅游大讲堂”等相关活动，制定《关于促进旅游业升级发展的实施意见》、《龙门县创建国家全域旅游示范区工作方案》，支持全域旅游发展。2015年龙门县全年接待游客817万人次，旅游总收入36.7亿元，旅游业对当地GDP的综合贡献达22.6%。通过“创文创卫”工作，龙门县文明及卫生情况已经大大改善。另外，在工作小组、旅游委、旅游市场管理分局的综合管理下，市场秩序得到改善、游客满意度显

著提高。通过进一步提升，完全有可能获得满分。

**(2) 在体制机制、旅游产品、环境保护等方面具有较好的基础。**龙门县委、县政府高度重视国家全域旅游示范区创建工作，已经率先成立了旅游警察、旅游巡回法庭、旅游市场管理分局等机构，旅游发展委员会、旅游数据中心等正在稳步推进中。“森林度假、温泉养生、田园风光、民族风情”四大旅游产品具有较好的市场吸引力。同时，在“绿色崛起”的发展思路指导下，龙门的生态环境保护、生态旅游区建设有所建树，龙门县被评为广东省首个生态县，南昆山生态旅游区获得国家生态旅游示范区荣誉称号。通过进一步提升，有可能获得不错分数。

**(3) 在公共服务体系及要素配套上差距较大。**地方财政的不足，导致了龙门县城乡公共体系的薄弱。随着广河高速、武深高速、汕湛高速、韶惠高速的通车或建设，龙门外部交通实现质变，但是内部交通便捷程度仍有待改善；旅游厕所革命稳步推进，旅游景区、特色酒店等基本完成相应工作，但休闲农业和乡村旅游点仍有较大提升空间。旅游集散体系、信息咨询服务体系、旅游标识体系与自驾车服务体系则基本处于起步阶段。旅游服务要素配套层次较低，不够丰富，但以“四菜一汤”为代表的新兴业态正加速发展，有望成为龙门旅游的新亮点。通过进一步提升，有望获得及格线以上分值。

## 第二篇 战略体系

# 一、理论体系

## 1 指导思想

### 1.1 绿色龙门

把“绿色龙门”作为龙门县“五位一体”总体布局和“新五化”建设的核心思想，全面贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，坚持“保住绿水青山就有金山银山”的发展原则，坚持一手抓生态文明建设，一手抓经济社会建设，走出一条以旅游业为动力引擎和核心支撑，具有龙门特色、可持续化、良性循环的绿色崛起之路。

### 1.2 幸福龙门

把“幸福龙门”作为龙门“产、城、旅、文、人”一体化建设的重要指导思想。坚持“以人为本、主客共享”发展原则，兼顾本地居民、外来游客、市场企业、党政机关等不同群体的利益诉求，整合社会各界力量和优质资源，搭建共建共享的发展体制机制，给居民幸福感，给游客归属感，给商户成就感，给政客自豪感，全面提升幸福含金量。

### 1.3 美丽龙门

把“美丽龙门”作为龙门城乡环境和公共服务体系建设的重要指导思想。树立“家园即公园，城市即目的地”的发展意识，逐步促进城乡环境卫生、山水景观风貌、基础配套设施、公共服务体系及生活休闲品质的全面提升，加大对国内外优质人口、资本、产业、技术等发展要素的引进力度，进一步强化龙门县的综合承载力和品牌美誉度。

### 1.4 愉悦龙门

把“愉悦龙门”作为龙门旅游升级发展的重要指导思想。坚持走“全域旅游、共建共享”的供给侧结构性改革发展路径，以“一镇一色、一村一品”为主要抓手，建立“全要素整合、全部门联动、全产业融合、全时空覆盖、全社会参与”为体制机制，搭建“旅游+”融合发展框架，综合营造“宜居、宜游、宜文、宜创”的目的地环境，以更高水平、更好质量创建国家全域旅游示范区，力争成为“以旅游业为动力引擎和核心支撑，带动经济社会跨越式、可持续、良性循环发展”的中国县域旅游样板县。

## 2 价值导向

### 2.1 政策导向

建立健全党政统筹的旅游发展体制机制，充分研究并对接国家和省市旅游管理部门关于旅游发展的战略部署、理念指导、政策动态和行动号召，主动成为旅游综合改革、供给侧结构性改革、促进旅游投资与消费、互联网+旅游等领域的排头兵，出成绩，出示范，勇于成为践行党政理念、跟随时代步伐的旅游试验田。

### 2.2 民生导向

贯彻落实“一切依靠群众、一切为了群众”的党政方针，以提升民众幸福感为核心，建立健全“共建共享”的合作框架，鼓励人民群众支持并参与旅游发展，充分发挥旅游业在带动就业、带动创新、带动创业、提升人口素质、提升城乡风貌、提升生活休闲品质等方面的综合带动作用，真正把旅游业打造为极具龙门特色的民生工程和幸福产业。

### 2.3 市场导向

前沿的休闲旅游需求与滞后的旅游供给之间的矛盾，是推动龙门县从景点旅游向全域旅游升级的主要矛盾和动力。以旅游投资和消费需求为导向，确立“适度超前”的产业策略，推动旅游供给侧结构性改革，加快政府职能的进一步转变，发挥市场对旅游资源配置的决定性作用，营造开放共享、活力无限的发展环境，是龙门旅游的必由路径。

### 2.4 目标导向

强化问题意识和落地意识，“因时、因地、因人”制宜，找准县、镇、乡各自面临的主要矛盾、比较优势和现实短板，制定差异化的发展目标及考核指标，强化顶层设计的科学性、前瞻性和可操作性，分步实施，步步为营，逐步实现龙门旅游的升级发展，综合营造“特色突出、优势互补、错位发展，互利共赢”的全域旅游格局。

## 3 行动策略

### 3.1 全县一盘棋

确立“全县一盘棋”的行动方案，统一思想，凝聚共识，着眼全局，总揽全局，部门一条心，上下一股劲。县、镇、乡各级政府要跳出“一亩三分地”的行

政思维，通力合作，共建共享“全要素整合、全部门联动、全产业融合、全时空覆盖、全社会参与”的体制机制，加快塑造全域旅游的空间格局，促进产、城、旅的共融发展，促进基础设施的互联互通，确保每一个目标、每一项工作都能集中全县的优势力量实现突破和跨越。

### 3.2 梯队式发展

基于涉旅部门的责权主次及旅游发展的地域差距，制定“梯队式发展”的行动策略。以“旅游+”融合发展为抓手，发挥牵头部门的统筹示范作用，调动配合单位的协作积极性；以“一镇一色、一村一品”为抓手，设定差异化定位目标和考核机制，引导先行乡镇攻关升级，发挥“传、帮、带”作用，激励后发乡镇主动创造条件，形成追赶局面。

## 二、定位体系

### 1 战略定位

#### 国际康养旅居目的地

深入学习贯彻习近平总书记“绿水青山就是金山银山”等系列重要讲话精神，按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局，践行“五大发展理念”，主动承接广东省“三个定位、两个率先”总体目标及“世界休闲旅游目的地”旅游定位，全力助推惠州市建设绿色化现代山水城市、以更好质量、更高水平进入珠三角第二梯队，以“绿色龙门、幸福龙门、美丽龙门、愉悦龙门”为目标，以“旅游+”供给侧结构性改革为统领，将全域旅游与“交通扩网加速、城市扩容提质、园区扩能增效”拧成一股绳，合力推进国家生态文明建设示范县、国家全域旅游示范区、国家中医药健康旅游示范区的创建工作，力争环南昆山旅游区上升为省级战略平台，促进南昆山-罗浮山旅游一体化，逐步成为扎根珠三角、面向粤港澳、辐射全中国、扬名海内外的国际康养旅居目的地。

### 2 区域定位

#### 2.1 惠州进阶发展旅游名片

将龙门旅游作为彰显乃至强化惠州城市软实力、品牌美誉度、旅居吸引力的重要载体和形象名片，明确并突出龙门旅游在惠州市“以更好质量、更高水平进入珠三角第二梯队”核心目标中的重要作用。持续推进国际、国家和省市旅游品

牌的创建工作，提高龙门旅游的政界活跃度、市场竞争力、产业含金量和民生幸福感。让龙门成为惠州市委市政府引以为豪的旅游名片，让“惠州印象看龙门”成为群众口耳相传的真实写照。

## 2.2 广东全域旅游前哨阵地

主动承接广东省打造世界休闲旅游目的地的战略部署，进一步强化龙门县作为广东省旅游强县的特色长板，以创建国家全域旅游示范区为契机，充分发挥先行示范作用，探索并代表广东省全域旅游的前进方向，推进旅游+供给侧结构性改革，强化旅居供给水平和质量，积极促进与周边地区达成“优势互补、互利共赢”的旅游一体化格局，全面提升龙门旅游在国内乃至国际旅游市场的综合竞争力和品牌影响力，力争成为广东省区域旅游（入境旅游）精品线路的重要节点，真正扛起“广东旅游看龙门”的实力担当。

## 2.3 粤港澳都市圈旅居高地

主动参与粤港澳合作共建世界级城市群的历史进程，服务于大珠三角优质生活圈的建设使命，主动加强与周边城市的资源共享、互联互通，确立龙门县在区域竞争格局中的差异化定位。基于国际眼光和标准，以康养旅居为核心，持续提升龙门旅游的形象风貌、品牌内涵、产品丰度及服务层次，为粤港澳上亿富裕人口提供别具山水风光、龙门风情、旅居风尚的优质服务，逐步成为都市人群回归自然、纵情山水、享受安逸生活的第二家园。让“优质生活看龙门”成为龙门旅游乃至经济社会绿色崛起的重要衡量标准。

## 2.4 中国县域旅游示范样板

龙门原本只是中国上千个落后山区县中极不起眼的的一个。改革开放以来，在历届县委、县政府的正确带领下，龙门旅游业先行先试，一路突飞猛进，走出了一条“立足区域市场，依托本土资源，吸引外来资本，打造精品项目”的景点旅游之路，成为带动经济社会发展的主导产业，晋身为广东一流、国内知名的旅游特色县；经济新常态背景下，龙门县再次走在了国家全域旅游的前列，未来可通过“立足区域平台，依托龙门品牌，吸收先进理念，打造精品目的地”的全域旅游道路，将旅游业培育为驱动经济社会绿色崛起的动力引擎，进一步成长为国内一流、国际知名的旅游明星县。在此过程中，不断总结、输出“龙门模式”，为资源丰富、发展滞后的山区县提供普适性、可借鉴性的发展经验，让“县域旅游看龙门”成为探索、分享中国全域旅游经验成就的重要窗口之一。

## 3 产业定位

### 3.1 强县——最具带动性的主导产业

将旅游业定位为建设“绿色龙门”的引领旗帜。全县一盘棋，统一思想，凝聚力量，做大做强旅游业。尽快组建旅游发展委员会，搭建旅游+部门联席会议制度和年终目标考核机制，设立旅游发展专项基金，贯彻落实加快意见，加强对旅游业在财政投入、金融支持、用地指标、税费减免、人才培养和立项审批等方面的政策倾斜，营造良性循环的开放环境；加强旅游协会的行业管理、宣传推介等职能，整合市场力量和优质资源，挖掘和强化龙门旅游品牌，推进旅游供给侧结构性改革，扶持旅游创新、创业行动。

### 3.2 富民——最具示范性的幸福产业

将旅游业定位为建设“幸福龙门”的示范抓手。采取“政府主导、协会主持、企业主体、民众主流”的组织模式，发挥乡镇政府、行业协会和龙头企业的示范作用，整合并发挥社会各界力量和优质资源，尤其是要引导城乡居民参与到全域旅游的历史进程中来，引导旅游领域的“大众创业，万众创新”行动，重点扶持民俗客栈、农家乐、旅游特色商品、文化创意等业态的发展，重点培育一批中国乡村旅游模范村（模范户、致富带头人），全面发挥旅游扶贫、惠民、富民效益，助推“率先全面建成小康社会”目标。

### 3.3 美区——最具吸引力的形象产业

将旅游业定位为建设“美丽龙门”的主要推手。将国家全域旅游示范区与全国县级文明城市、国家卫生县城和国家生态县创建行动相融合，以打造“天蓝、山绿、水清、城净、乡美”环境为方向，以山水生态环境保护性利用、沿路沿河城乡风貌整治为示范，以旅游厕所、水上蓝带、岸上绿道、旅游公路和标识系统等旅游基础设施为载体，逐步、分块提升龙门县生态、生产、生活、文化与休闲环境及品质，打造龙门最美封面。

### 3.4 兴文——最具活力的文化创意产业

将旅游业定位为建设“愉悦龙门”的支撑平台。率先推进旅游业与文化、教育、体育等创意产业的融合发展，通过研学旅游、民俗体验、体育旅游等延伸产品和业态的打造，推进创意产业的集聚化、产业化、品牌化发展。尤其是要做大做强农民画产业的发展，推进农民画村、工作坊、创意园、购物街、主题酒店等项目的建设，加强对农民画大师、学徒的扶持、培训和引进力度。全面激活文旅融合发展的产业活力。

## 4 形象定位

备选一：愉悦龙门·生态画乡

备选二：愉悦龙门·旅居福地

# 三、目标体系

## 1 品牌目标

表 2-1：龙门县旅游品牌创建指引表

品牌类型	品牌名称	创建单位	牵头单位
县域品牌	国家全域旅游示范区	龙门县	县旅游局
	国家中医药健康旅游示范区	龙门县	县旅游局
	全国休闲农业与乡村旅游示范县	龙门县	县农业局
	全国旅游标准化示范县	龙门县	县旅游局
镇域品牌	中国美丽乡村建设示范镇	龙华镇、蓝田乡、龙城街等	县住建局
	全国特色景观旅游名镇	龙潭镇、麻榨镇等	县住建局
	广东省旅游特色小镇	永汉镇、地派镇、龙田镇等	县旅游局
景区品牌	全球人居环境奖	十字水生态度假村等	县旅游局
	国家级旅游度假区	南昆山生态旅游区	县旅游局
	国家 5A 级旅游景区	尚天然国际温泉小镇等	县旅游局
乡村品牌	国家历史文化名村	绳武围、功武村、鹤湖围等	县文广局
	省级历史文化名村	水坑村、白芒坑、见龙围等	县文广局
	广东美丽乡村	上坪村、大派洲、大竹窝等	县文明办

备注：该指引表只是作为近期行动的参考，建议后期视情况做相应的调整和补充。

## 2 发展指标

表 2-2：龙门旅游发展指标指引表

时间 (年)	年接待游客量(万人次)	年均增长率(%)	游客人均消费(元/人)	年均增长率(%)	年旅游总收入(亿元)	年均增长率(%)	GDP 总量(亿元)	旅游业增加值占 GDP 比重(%)
2017	1067.2	15.0	607.2	15.0	64.8	32.3	195.0	15.0
2020	1622.6	13.0	830.3	12.0	135.0	26.6	300.0	20.3
2025	2275.8	7.0	1337.2	10.0	304.3	17.7	450.0	24.9
2030	2768.9	4.0	1964.8	8.0	544.0	12.3	970.0	25.2

备注：

- ① 龙门县 2015 年 GDP 为 158.6 亿元，同比增长 15.0%。初步预计：“十三五”、“十四五”及“十五五”期间，GDP 增长率约为 15.0%、13.0%、12.0%左右。
- ② 数据显示，2016 年龙门县预计全年接待游客 928 万人次，旅游总收入 49 亿元，同比增长 13.6%和 34.3%。受交通大提速等因素刺激，龙门县近两年接待游客人次预计将逐步增长至 15.0%，随后回落至 13.0%左右。同时，游客人均消费持续增长，但增长率或将逐年回落至 12%左右。总体来看，年旅游总收入将保持高速增长，旅游业增加值占 GDP 比重有望突破 20.0%。
- ③ “十四五”期间，龙门全域旅游发展渐趋成熟，预计年接待游客人次增长率将趋于平稳，保持在 7.0%左右，游客人均消费年均增长率或将保持在 10.0%左右，年旅游总收入保持快速增长，但增长率有所放缓，旅游业增加值占 GDP 比重有望达到 25.0%。
- ④ “十五五”期间，龙门县全域旅游发展趋于稳定，年接待游客量及年旅游总收入增长率保持稳定，分别均为 4.0%、8.0%左右，旅游业增加值占 GDP 比重相对平稳。
- ⑤ 国家全域旅游示范区创建工作导则及认定标准也提出了对带动地方财政、农民创收、贫困人口脱贫等领域的指标，建议单独立项评估、考核。

# 四、空间体系

## 1 空间战略

### 1.1 山水呼应，城乡共鸣

贯彻“绿水青山就是金山银山”的发展理念，以得天独厚的山水格局和生态基底为龙门立县之根本，以绿线、蓝线、红线为准绳，在坚定不移地推进生态文明建设前提下，保护式、立体化、系统性地开发山水旅游资源，力争以最原真的姿态呈现山水画廊之美；坚定不移地推进“城乡一体化”进程，以旅游交通风景线为纽带，串联沿线城镇和乡村，实现环境风貌、基础设施、业态体系的统一规划和互联互通，共建共享旅游发展红利。

### 1.2 化零为整，错落有致

落实“全县一盘棋、梯队式发展”的行动策略，主动挣脱行政思维的束缚，基于区域功能共性和统筹发展的需要，引导乡镇之间整合优质资源，走抱团发展、优势互补、互利共赢的路径，最终达成全域协同的良性循环；同时，基于先行乡镇、落后梯队在比较优势和发展短板上的差异，设置旅游发展的主次、先后顺序，发挥先行乡镇的示范带动作用，释放落后梯队的后发优势，形成“先富带后富、后富多赶路”的升级态势。

## 2 全域结构

基于龙门县旅游资源基底及全域旅游构想，打造“1+2+3”的空间格局：

**一个龙头：**南昆山发展龙头，成为引领龙门全域旅游的“月亮工程”；

**两个核心：**永汉旅居集散核、龙城城市休闲核，形成“双引擎”驱动之势；

**三个组团：**环南昆山旅居组团（永汉镇、龙潭镇铁岗片区、龙华镇沙迳片区、麻榨镇）、环县城休闲组团（龙城街道、龙田镇、龙华镇龙华片区、平陵镇、龙江镇）、环桂峰山慢游组团（地派镇、蓝田乡、龙潭镇左潭片区），逐步形成“三足鼎立”之势。

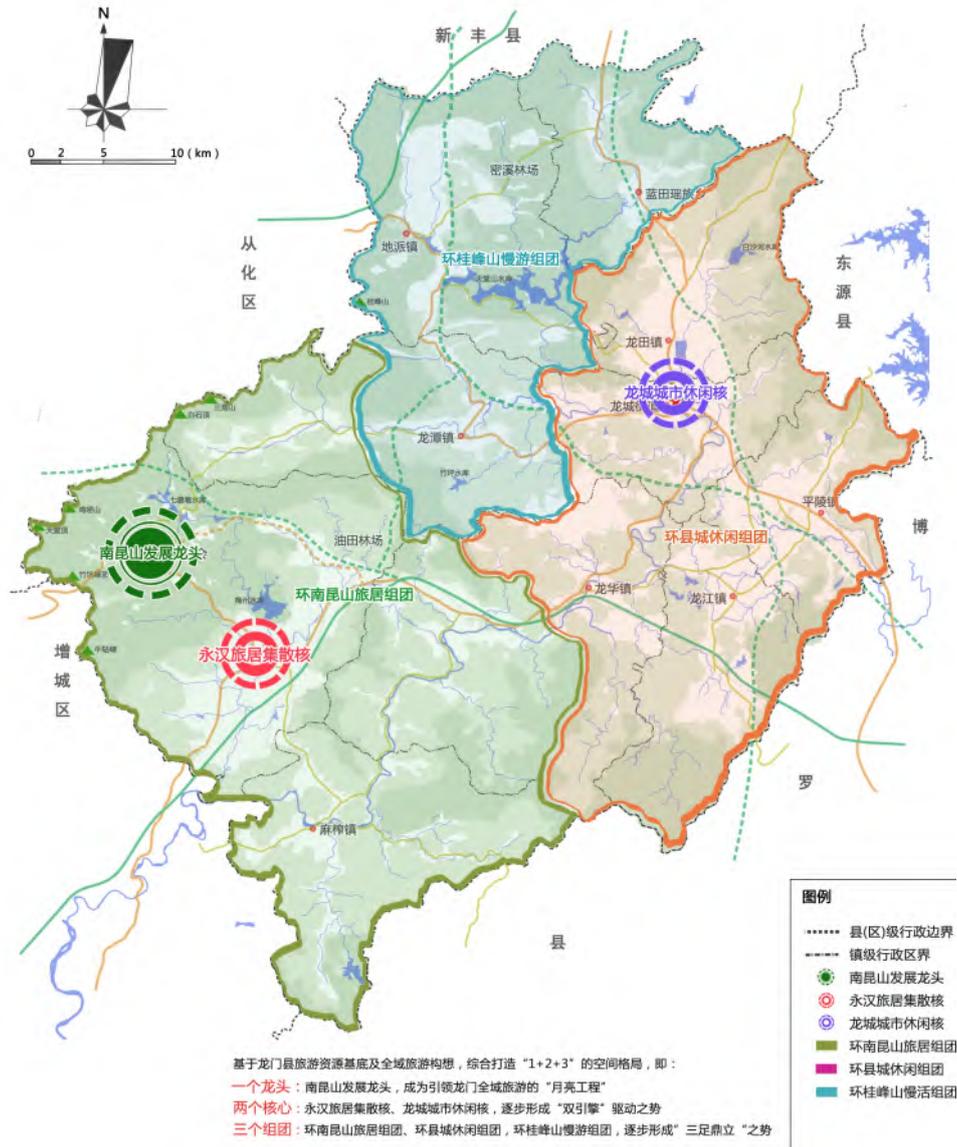


图 2-1：总体空间布局图

### 3 分区指引

#### 3.1 南昆山发展龙头

南昆山是龙门旅游的第一名片。未来，建议走“品牌、平台、产业”同步走的发展路径，以创建国家级旅游度假区等品牌为统领，推进 PPP 基建项目招商平台、旅游投融资与宣传推介平台、社区旅游管理与服务平台的建设，以农林业为基础，以文化旅游业为核心，延伸发展医疗保健、养生养老、教育培训、金融服务等业态，逐步优化宜游、宜居、宜业条件，加强与环山镇街及周边区域的旅游合作进程，不断做大做强南昆山旅游竞合格局，充分释放先行示范和综合带动价值，逐步崛起为国内著名、国际知名的生态度假名山。

### 3.2 永汉旅居集散核

永汉镇是龙门旅游的核心门户。未来，建议主动联合南昆山生态旅游区，走“山、城一体化”的发展路径，山上做吸引力，山下做承载力，山上做小旅游，山下做大旅游，共同打造优势互补、互利共赢的旅居目的地。其中，近期重点是做好以游客服务中心、旅游公路、水陆空慢行交通、标识系统、旅游数据中心、旅游厕所等为支撑的旅游集散服务体系，进一步培育目的地经济，强化永汉镇旅游产业承载力、品牌美誉度和市场竞争力。

### 3.3 龙城城市休闲核

龙城街是龙门经济、政治、文化中心，也是新型城镇化的核心载体。未来，建议走“产、城、旅、文、人”一体化的发展路径，近期可以西滨河一河两岸整治提升及七星岗中央文化休闲区为抓手，构建“宜居、宜游、宜文、宜业、宜创”的综合环境，重点孵化健康旅游、健康服务、健康农业、文化创意产业等绿色经济，吸引优质人口、资本、人才和技术等要素进入，成为拉动龙门旅游发展的新高地，与南昆山遥相呼应。

### 3.4 环南昆山旅居组团

以南昆山生态旅游区为核心，以永汉镇、麻榨镇、龙华镇沙迳片区、龙潭镇铁岗片区为延伸，构建环南昆山旅居组团，作为龙门创建国家全域旅游示范区的战略平台，先行探索全域旅游的落地经验，打造成为龙门旅游的“月亮工程”。未来，可依托交通大提速背景，以创建国家级旅游度假区为统领，以建设环南昆山森林温泉度假产业园为抓手，推动南昆山生态旅游区与永汉镇的旅游一体化发展；推进“一轴三带”的规划建设，以南罗旅游景观大道为依托，打通南昆山到罗浮山的旅游产业发展轴，以 X222 为依托，打通南昆山到龙潭镇铁岗片区的山地森林度假带，以 S355 为依托，打通南昆山到永汉镇的温泉休闲养生带，以 S119、X261 为依托，打通南昆山到龙华镇沙迳区、麻榨镇的民俗文化风情带；以自下而上、自上而下相结合的方式，引导精品旅居项目及农家乐、民俗客栈、农业休闲等特色业态的统一布局、品牌发展；另外，以环南昆山为大本营，主动对接省市旅游局，发动两市四地共建环南昆山旅游区省级平台，推进南昆山-罗浮山旅游一体化，以广州为桥头堡，全面开拓珠三角（尤其是珠江口西岸城市群）的旅游投资与消费市场，将环南昆山旅居组团整体打造为全域化的都市旅居高地。

### 3.5 环县城休闲组团

以龙城街为核心，以龙田镇、蓝田乡、平陵镇、龙江镇、龙华镇龙华片区为延伸，构建环县城休闲组团，作为龙门创建国家中医药健康旅游示范区的战略平台。通过适当的产业政策倾斜，强化后发优势。未来，可以西林河旅游景观廊道、S244、S119 旅游集聚带等为抓手，率先打造龙城城市休闲核，并促成中心城区与西部镇街的互联互通和客源共享；同时，基于山水生态、人文民俗旅游资源的保护性利用，鼓励西部镇街优先发展健康疗养、野奢度假、都市农业、文化创意、自驾营地等精品项目，规范化发展农家乐、民俗客栈、美食购物等特色业态，并通过品牌创建（尤其是国家 5A 级旅游景区），提升环县城休闲组团的品牌知名度和市场吸引力；另外，进一步强化对外、对内交通网络，向南对接惠州、东莞和深圳，盘活珠江口东岸城市群的投资与消费市场，吸引优质人口、资本、人才和技术等，将环县城休闲组团打造为岭南休闲旅游目的地。

### 3.6 环桂峰山慢游组团

以桂峰山为核心，以密溪林场、地派镇、蓝田乡、龙潭镇左潭片区为延伸，构建环桂峰山慢游组团，作为龙门创建国家生态文明建设示范县和国际慢城的战略平台。通过适当的生态政策倾斜，培育为媲美南昆山的旅游发展新亮点。未来，可以 S353 为依托，合理拓宽升级 X222、X220，打通串联桂峰山、天堂湖水库、密溪林场、水帘洞风景区、蓝田瑶族风情旅游区等旅游节点的慢生活游憩带，引导北部生态乡镇的旅游一体化发展；同时，基于山水生态、民族风情旅游资源的保护性利用，引导北部乡镇优先发展绿色景区、绿色饭店、绿色建筑、绿色交通，合理支持水利生态景区、森林体验基地、森林人家、民族特色村镇的规划建设，创新发展慢城休闲、乡村隐居、森林旅游、山地运动、文化游乐等业态，丰富生态旅游体验；另外，充分发挥大广高速、韶惠高速的交通优势，向北对接京广大动脉，撬动湖南、江西等中远程省外旅游市场，做大龙门旅游市场蛋糕，将环桂峰山慢游组团打造为生态环境优美、文化品位较高的慢生活休闲目的地。

## 第三篇 全域全景

# 一、南昆山：龙头崛起

南昆山是龙门旅游的发源地。过去 30 余年时间里，南昆山生态旅游区始终走在前列，先后成功创建了国家 4A 级旅游景区、国家生态旅游示范区等品牌，是龙门旅游毋庸置疑的第一名片。当前，龙门县处于从景点旅游向全域旅游升级的关键时期，南昆山的龙头引擎应当再次发动，带领龙门旅游实现新的突破。

## 1 回归三部曲

南粤有山，其名为昆。南昆山生态旅游区拥有优越的生态环境，绿水青山、奇松怪石、鸣泉飞瀑，素有“南粤大氧吧、动物的天府、植物的宝库、北回归线上的绿洲”等荣誉称号，当前每年也吸引了近 200 万人次的游客到访观光、体验。可以说，南昆山就是一个“大家园”。南昆山生态旅游区升级发展的主题之一，恰恰应该是“回归”，回归生命之本，成为生态家园、旅居家园、精神家园。

### 1.1 生态家园

南昆山生态旅游区森林覆盖率达到 98.3%，有 6 万亩连绵竹海，24 万亩原始森林，1000 多种高等植物，14 种国家级珍稀植物，200 种野生动物，19 种陆生脊椎动物，32 种国家重点保护动物。因而，南昆山不只是人类的南昆山，也是自然万物的南昆山。未来，应秉持“国家生态旅游示范区”名片，勇当龙门创建国家生态文明建设示范县的标兵，继续坚持“保护第一，开发第二”的发展原则，贯彻“以生态为基础，以旅游业为龙头”的发展思路，重点做好“七个生态”文章：

(1) **树立生态意识。**生态区管理人员和服务人员以身作则，不断向当地居民、外来游客及投资商灌输生态保护意识，将生态保护作为一切事务的重要参考前提。探索建设回归主题公园、回归自然标志塔、天堂顶观日台等作为生态教育基地；

(2) **加强生态保护。**承接上级政府生态保护规划，做好“红线、绿线、蓝线”管控工作，明确划定严格保护区、有限开发区和集约利用区，坚守生态保护底线；

(3) **坚守生态定位。**坚持“建设一个生态景观优美、人与自然和谐共处、资源节约型、环境友好型的生态示范旅游区”目标不动摇；

(4) **贯彻生态规划。**以资源高效利用和循环利用为核心，旅游项目及旅游厕所、道路、标识系统、停车场等基础设施的规划建设都应严格遵守生态优先原则；

(5) **实施生态运营。**建立环保化经营准入机制、定期监督和不定期抽查机制，核定旅游区最大游客承载量，杜绝一切生态破坏与污染项目，降低人为破坏因素；

(6) **加强生态体验。**依托丰富的自然资源，走“轻度开发、深度体验、因地制宜”的开发模式，统筹规划“山顶观光、山腰旅居、山下游玩”的梯度产品、“白天转山+晚上沐泉”的昼夜产品及“春生、夏长、秋收、冬藏”的四季养生旅游产品，让人们感受回归自然、回归生活的亲近体验；

(7) **发展生态产业。**坚持绿色崛起的发展路线，以优质静谧的生态环境、优越的区位交通条件为吸引力，优先发展低碳、环保、无烟的绿色产业，包括文化旅游、科研教育、文化创意、健康咨询、金融商务等业态，策划“愉悦龙门·天堂南昆”等生态文化旅游线路，品牌化包装南昆山百岁茶、南昆山乳业、鸡肉花、竹席、观音菜、山坑螺等特色商品。

## 1.2 旅居家园

南昆山生态旅游区内共有 5 个社区，23 个居民小组，将近 5000 人口。2015 年南昆山接待游客旅游人次达 157.18 万，实现旅游收入 4.05 亿元。各类度假村、酒店、家庭旅馆 294 间/家，旅游从业人员达 2937 人。当地居民和当日游客的比值约为 1:1，都以旅游业为生。由此可见，南昆山生态旅游区是游客的，更是当地居民的，未来也应当打造为主客共享的旅居家园。

(1) **理顺体制机制。**处理好社会事务与旅游发展之间存在的矛盾，深入推进相关职能部门和旅游管理体制的改革，切实理顺单位性质、下属单位设置、山林土地权属性质等体制性问题，破解束缚南昆山发展机制上的瓶颈，整体搭建有法可依、有章可循、合理有序的行政管理体系；

(2) **优化宜居环境。**全力推动名镇名村建设工作，以花竹、玉石、上坪、蕉坑 4 个居民小组为示范，加快完善进村道路、饮水工程、文化广场、污水处理厂等民生基础设施；有序推进“两违”整治工作，打击“非法买卖土地”等行为；抓好扶贫建设，加强对居民进行旅游就业创业的扶持、培训、推介力度；探索社区参与的生态保护与旅游开发框架，积极调动当地居民的主人翁意识，使其成为南昆山“大家园”建设历史进程的主要监督者、执行者、决策者和受益者。

(3) **搭建旅居平台。**生态环境、区位交通、温泉森林资源及政策利好是南昆山旅游发展的核心优势，而基础设施、文化内涵、人才队伍、创新理念等则是南昆山旅游发展的主要短板。未来，建议走“扬长补短”的发展策略，重点打造四个平台：（一）交通集散平台。对外推进汕湛高速、南油公路和县道 X222 线等道路建设，对内要做好景点道路、水毁道路、生产道路维修，完善升级村道网络，着力构筑“内联外通”的交通网络，合理规划自驾车营地、生态停车场、旅游标志系统、游客服务驿站等集散服务设施，提高旅游辐射能力，进一步融入珠三角

一小时经济圈；（二）景点服务平台。不断完善景区景点基础设施建设，加快对石河奇观、川龙瀑布、佛坳一线天等主要景点的升级改造，谋划打造登山天路、樱花大道、桂花大道、登山索道等新的旅游线路。（三）重点项目平台。全力推进北京国华置业乌坭旅游示范区、七星湖度假村、云天海“艺术天地”、十字水三期工程等项目的建设进程，引导各类度假村、酒店、农家乐、家庭旅馆等业态的升级建设，扶持孵化若干示范样板，承接“龙门宴、龙门客栈、龙门祈福、龙门手信、龙门十三汤”等品牌业态的创建工作，进一步做大做强产业集聚的规模效应；（四）区域合作平台。主动摆脱行政思维的束缚，跳出南昆山看南昆山，整合周边乡镇（永汉、龙华、麻榨、龙潭、地派等）乃至两市（广州、惠州）四地（龙门、博罗、从化、增城）的旅游资源和优质要素，联合推介区域旅游精品线路，形成优势互补、共建共享的竞合关系，逐步成长为区域性的旅游示范龙头。

### 1.3 精神家园

细数国内外旅游名山，吸引人的是生态，留住人的往往是文化。南昆山生态旅游区实现龙头崛起的必由之路，是丰富文化内涵，成为居民和游客的精神家园。

（1）打响“佛教文化”。古人云：“山不在高，有仙则名。水不在深，有龙则灵。”南昆山两者兼备，天堂顶、川龙瀑布、七星墩、七星潭、观音潭、三仙庙等山水景点皆有神话传说流传。未来，建议以山水意境为依托，挖掘好、演绎好、打造好“佛教文化”文章，加强对佛教文化景点及三仙庙等庙宇的保护与利用，积极推动与相关佛教组织的交流合作，争取佛教博览、祈福项目的落地建设，精心策划新春祈福法会、佛诞节庆典、佛教音乐会、佛教文化论坛、佛教文化艺术节等节事活动，扶持发展祈福禅修、养生养老、文化创意等各类衍生业态和旅游纪念品。不断丰富南昆山生态旅游区的佛教文化底蕴，使之成为提升旅游体验层次、提高旅游品牌知名度和美誉度的新亮点。

（2）突显“客家文化”。客家人常说：“无山不住客，无客不住山。”如果说，南昆山是大自然赠予龙门客家人的无价之宝，那么，南昆山生态旅游区就是龙门客家人赠予“新客家人”的珍贵礼物。未来，南昆山生态旅游区应当打造为“新、老客家文化”交汇融合的大舞台，挖掘、整合、演绎好以美食、服饰、婚俗、宗族礼仪等客家民俗风情，传承、创新、开发好农民画、醒狮、山歌等非物质文化遗产，策划招商客家山水大观园、客家山寨、围屋精品酒店等精品项目，包装推介客山客水旅游文化节、客家叫你来巡山等节事活动，使南昆山生态旅游区成为客家文化的印象窗口和体验高地，以此为卖点，进一步强化市场吸引力。

## 2 南昆三重山

“九重远眺”是南昆山神话传说之一，指引人们走出去开阔视野，知行合一。南昆山生态旅游区的升级发展，也要有“跳出南昆山看南昆山”的格局和视野。南昆山是龙门县的，是惠州的，也是广东的，中国的，乃至世界的。未来，建议以创建国家级旅游度假区为统领，加快“走出去”的发展步伐，发挥生态、温泉、品牌等优势，跳出行政思维，主动整合周边区域的优质资源，形成共建共享的合作机制，做大做强“小环南昆山、中环南昆山、大环南昆山”三重山格局，逐步成长为“代言惠州、代言广东、代言中国，拥抱世界”的旅游产业集聚平台。

### 2.1 龙门县：环南昆山森林温泉度假旅游产业园

采取“党政统筹、镇街联动、上下结合”的发展模式，强化南昆山生态旅游区与永汉、龙华、麻榨、龙潭、地派等环山镇街的区域旅游合作，在生态保护、旅游交通、接待服务、标志系统、智慧旅游、品牌包装、线路推介、节事活动、特色业态孵化、资源保护与开发、土地指标调配等领域建立长期合作关系，打造小环南昆山无障碍旅游圈，成为代言惠州、代言广东的温泉旅居高地。

近期主要推动三件事：（1）加快南油公路、县道 X222 的升级建设，打通“S355（S14）-S119-S353-X222”1 小时环线，在沿线规划设计游客服务中心、自驾车营地、生态停车场、旅游厕所、标志系统等基础设施，招商建设各类精品旅游项目；（2）以 S119 为示范，建设旅游景观大道，引导旅游景区、农家乐、民俗客栈等业态的转型升级，推动旅游产业集聚带的建设，打造百里城乡画廊；（3）以西林河、永汉河、铁岗河等为示范，整治提升一河两岸山水风光，规划设计陆上绿道、水上蓝带等慢行游憩系统，推进水坑村、功武村等美丽乡村、特色名村的建设，推动休闲农业与乡村旅游的发展，打造百里山水画廊。

### 2.2 惠州市：南昆山-罗浮山旅游一体化

惠州旅游呈现“北山、中城、南海”的空间格局。南昆山-罗浮山旅游一体化是惠州市旅游发展的重要战略部署，也是惠州市以更好质量更高水平进入珠三角第二梯队的重要示范工程。未来，建议采取“市县联动、南北开弓”的合作模式，强化南昆山生态旅游区与罗浮山风景区在生态保护、旅游交通、线路推介、客源共享、节事活动等领域的深入合作，打通一小时旅游通道，统筹打造一体化、差异化、优势互补的惠州市山地旅游度假圈。

南昆山生态旅游区可主动推进两件事：（1）整合市县相关政策和资金，对接推进南昆山罗浮山旅游通道的建设工作，进一步强化 S119、X261、X223 等交通路

网的升级建设，加强沿线自驾车营地、自行车绿道、旅游厕所、标识系统等基础设施的建设，整合沿线旅游景点，做好南昆山-罗浮山精品线路的推介工作；（2）采取差异化发展的策略，重点突出“温泉、佛教”两大文章，不断强化“温泉养生、森林度假”等特色产品，培育打造“佛教名山、客家名山”等特色卖点，并借由与罗浮山风景区的强强联合，提升南昆山品牌知名度和市场竞争力。

### **2.3 广东“两市四地”：环南昆山旅游区**

环南昆山旅游区是广东省委省政府正式发文的《珠江三角洲地区旅游一体化规划（2014-2020年）》所提“上山出江入海”旅游大格局的重要部署，也是推动珠江三角洲一体化发展的重要示范工程。未来，可采取“上下结合”的发展模式，主动推进与惠州市罗浮山、广州市从化、增城等区域旅游合作，共同构建环南昆山旅游产业带和无障碍生态旅游圈，将其建成全省生态旅游产业示范区和山区生态旅游综合配套改革先行区，创建国际生态度假旅游目的地。

近期南昆山生态旅游区可探索在温泉旅游合作领域寻求突破。主动对接省市县各级政府在区域旅游一体化领域的扶持政策与专项资金，抢占森林温泉度假产业的制高点，推进龙门温泉带与从化温泉谷、增城温泉区在温泉资源保护与开发管制、温泉行业交流与合作、品牌营销节事、客源共享、线路推介等领域的合作，联合打造环南昆山温泉产业集聚区，打造世界级温泉养生度假目的地。

## 二、龙门老城：文化复兴

龙门老城文化复兴势在必行、势在必得。历史上，七星岗曾是龙门历史、文化、政治、经济中心。早在南宋期间，摇光岗就有郑姓人聚居；明朝中叶 1496 年，龙门正式立县，县衙治七星岗；清代中期，东廓圩逐渐兴旺起来；抗日战争及解放战争期间，龙门老城经受战争洗礼，风光不正；建国以来，龙门县开启东扩步伐，龙门老城在城镇化进程中逐渐落伍。时至今日，龙门老城虽难觅当年辉煌，但护城河、环城路等城郭格局依旧清晰，饼街、卖萝街、木匠街、席街等极具圩市风情。在龙门全域旅游进程中，老城复兴是势在必行、势在必得的关键之举。

“造景、找魂、创业”环环相扣。未来，龙门老城的文化复兴事业应贯彻落实“产、城、人、文、旅”融合发展理念，以打造“城市中央文化休闲区”为指引，深度挖掘生态、历史、人文、城镇资源，联动西林河、东较场、塔山公园、花围村等周边景点，盘活人财物等发展要素，通过“造景—找魂—创业”三步走战略，逐步夯实文化旅游产业承载力和市场吸引力，营造宜居、宜游、宜文、宜业、宜创的综合条件，重新擦亮七星岗璀璨光芒，使之成为引领环县城休闲组团崛起的中部高地。

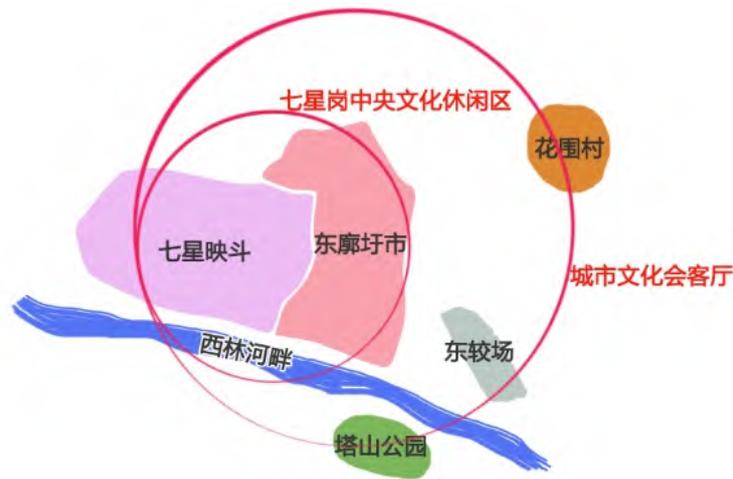


图 3-1：龙门老城文化复兴发展概念图

### 1 造景：格局重塑

#### 1.1 恢复老城格局

建议将龙门老城纳入龙门县“三旧改造”核心范围，深入梳理其生态人文格局，尊重老县城建制及风水考究，探索分阶段、原地重建龙门学宫、县衙、城隍

庙、牌坊、亭台楼阁等重要历史建筑，绿化亮化各个山岗，整治美化龙门护城河，研究重建四方城门及城墙，协调控制周边民居建筑，包括高度、立面、风格等，合理完善公共服务体系及休闲游憩基础设施，逐步重塑七星岗的历史格局。

## 1.2 重塑街区肌理

加强龙门老城街巷脉络的梳理，通过“穿衣戴帽”，再现东郭圩市繁荣景象。规划设计“人车分流、内部循环”的交通集散路网，加强交通管制；基于“修旧如旧、适度改造”的原则，对谷行街、木匠街等主要街区进行合理优化，建议恢复石板路路面，分批次、科学推进管线归并、下地工作，规范或统一沿街建筑立面，合理引导部分骑楼及现代建筑进行“住改商”改造（如底商上宅等形式），优化升级各类市场和商业街，完善垃圾回收站点、旅游厕所、标志系统、停车场、游客服务中心等基础设施，为本地居民及外来游客营造良好的生活与休闲品质。

## 1.3 优化景观风貌

依托龙门老城的整体格局与街区肌理，融合“主客共享”的发展理念，通过绿化、亮化、美化工程，逐步优化提升其生态人居环境及形象风貌；同时，建议联动西林河一河两岸，保护加固甘香桥，美化亮化西林大桥，恢复沿河古渡口，打造亲水平台，规划建设自行车绿道、徒步道、景观公路等慢行游憩系统，打通与东较场、塔山公园、花围村等周边景点的空间联系，开阔龙门老城的格局视野。

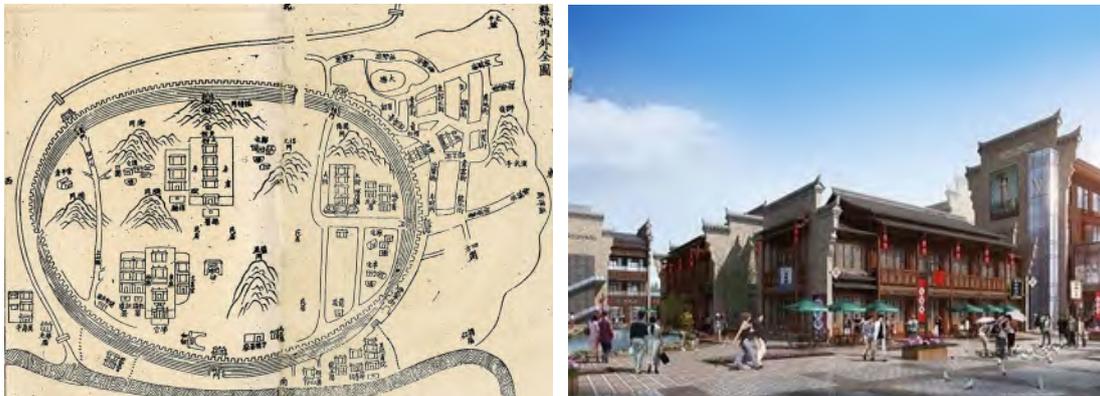


图 3-2：龙门古县城格局及老城意向图

## 2 找魂：文化演绎

### 2.1 做好“福地文化”文章

考究、恢复龙门老城作为“上龙门”的风水条件，作为城郭格局及街区肌理重塑的重要参考；讲好“鱼跃龙门”神话故事，将其文化内涵融入到形象风貌的

营造及品牌包装推介活动中去；恢复重建县衙、学宫、城隍庙，弘扬重教兴文传统，合理置入文化展示、国学教育、研学旅游等功能业态；保护升级万寿寺，烘托祈福礼佛氛围；以此，综合营造“龙门老城·龙兴之地”的福地形象。

## 2.2 打造“广客文化”门户

以龙门老城为“广府文化、客家文化”的演绎舞台，以鲜活的市井风情为烘托，加强对虎头花灯、年饼、农民画、醒狮等非物质文化遗产的保护与利用，将龙门特色的“两府文化”精髓融入到饼街、木匠街等街区的改造中去，合理置入文化演艺、非遗教学、文化创意、艺术培训、休闲娱乐、美食购物、主题度假等业态，综合构建“流动着的场景式体验旅游目的地”，使龙门老城成为游客感受融合型“广客文化”的重要门户。



图 3-3：老城文化演绎意向图

## 3 创业：业态孵化

### 3.1 打造中央文化休闲区

以打造“龙门城市中央文化休闲区”为目标，研究制定龙门老城业态提升方案，通过“主题分区、动静交叉、场景体验”的规划手法，将“穿衣戴帽”式的风貌提升与“腾笼换鸟”式的业态孵化相融合，以各类非遗体验馆、大师工作室、手工艺作坊、精品酒店、民俗客栈、客家美食馆、土特产购物店、麻将茶馆为载体，置入“吃住行、游购娱、商养学、闲情奇”等元素，客家市井民俗与非遗文化艺术相互辉映，传统城郭风貌与现代休闲生活相得益彰，将龙门老城打造成为“居民幸福洋溢、游客流连忘返”的主客共享目的地。

### 3.2 因地、因人、因时制宜

业态孵化往往受到政府与市场“两只手”的共同影响。建议将“规划引领与自然生长相结合”作为龙门老城业态孵化的重要指导理念，力争做到因地、因时、因人制宜。其中，七星岗核心区建议采用“1+N”的业态开发模式，走主题化、精

品化路径，将文化体验打造为“主营业务”，延伸布局单体式的美食购物、精品度假等商业业态；饼街、木匠街、卖萝街等特色街区，建议采用“异业联盟”的业态开发模式，走多元化、集聚化路径，打造连廊式、成片型的休闲步行街区，为游客营造丰富的旅游消费体验；同时，为扶持文化创意、民俗客栈等特色业态，建议针对文艺创作、创业创新人才与机构，开通“绿色通道”，合理放宽项目选址权限，并给予适当的特惠入驻经营奖励；另外，建议保持对旅游市场变化趋势的关注，敏锐地发现市场先机和风险，合理调整即有规划、设想，做到步步为营。



图 3-4：老城业态意向图

### 三、特色小镇：一镇一色

**特色小镇撑起龙门全域旅游。**龙门旅游核心载体在乡镇，实现从景点旅游向全域旅游升级目标的主要动力也在乡镇。乡镇旅游发展应兼顾两方面任务：一是积极响应，承接县委县政府、上级旅游主管部门的行动号召，并完成相应的任务指标；二是主动作为，以主人翁意识推动乡镇旅游事业的发展，争取在县、市、省乃至全国范围内创造新亮点，成为标杆。当前，特色小镇建设体现了国家、省市县及乡镇各方执政纲领及利益诉求有机融合，应作为龙门全域旅游核心抓手。

**特色小镇建设抓好三个要点。**在推进特色小镇建设历程中，要高度把握好三个要点：亮点、利益点、切入点。第一要寻找发展亮点，通过站位、卡位，获得乡镇旅游在龙门县乃至更大行政区域的突出地位；第二要寻找产业增长点，通过比较优势来寻找机会市场，精准招商、引流，提高品牌知名度和市场竞争力；第三要发现行动切入点，综合现实问题和发展诉求，调动政府、市场、社会力量和资源，从最具撬动性的事项、以最适宜的投入力度加以突破，达到四两拨千斤的效果，形成可持续发展的良好态势。



图 3-5: 特色小镇发展指引图

## 1 龙城：五宜幸福小镇

### 1.1 发展亮点

**亮点一：打造龙门旅游中部高地。**龙城街是龙门现代政治、经济、文化中心，七星岗则是古代龙门县衙、县城所在地。当前，龙门乡镇旅游发展水平大致与其地形地貌相吻合，呈现自西北向东南梯度下降的特征。在全域旅游进程中，龙城街应挺身而出，打造龙门旅游东部高地，与西部南昆山遥相呼应，引领环县城休闲组团的迅速崛起。

**亮点二：全力打造“广东休闲谷”。**龙城街四面环山，气候宜人，城市尺度适中，人民生活便捷舒适，城市节奏慢，幸福感强。未来可以打造“广东小成都”

为统领，走生态型、小资式、亲民化的休闲旅游发展路径，逐步营造“宜居、宜游、宜文、宜业、宜创”的综合环境，成为面向珠三角、辐射粤港澳的城市休闲目的地。



图 3-6：龙城街道花围焕文楼、水西塔及西林河

## 1.2 产业增长点

**增长点一：文化创意业。**历史文化底蕴是龙城街比较优势之一，在非物质文化遗产领域的旅游投资与消费是极有潜力的机会市场。未来可以农民画国学基地（花围村）、中央文化休闲区（七星岗）等平台为支撑，引进国内外民间艺术、文化创意、广告传播等领域的知名企业和领军人才，打造总部基地、主题场馆、大师工作室、前店后厂式作坊、传统工艺街区等精品项目，吸引专业培训机构、双创人士、文艺爱好者等，孵化文化创意社群，逐步成长为惠州一流、珠三角知名的文化创意产业集聚区。

**增长点二：大健康产业。**盆地式的生态、人居环境，赋予了龙城街得天独厚的大健康系统。关注生活、休闲质量及身心健康旅游投资与消费，是龙城街不可错过的大好机会。未来，可以“三旧改造”及园区建设为载体，大力引进健康医疗、健康咨询、健康农业、养生养老地产等中高端项目，并加强教育、金融、商贸等现代服务业，吸引珠三角、港澳台都市高端旅居消费人群，甚至是北方城市秋冬季“候鸟”迁徙人群，力争成为国内知名的大健康旅居目的地。

## 1.3 行动切入点

**切入点一：环境风貌整治提升。**“以环境优化激活城镇活力”可作为近期龙城旅游的行动方针。西林河一河两岸可作为示范轴线。（一）加强水环境治理力度，定期推进城市排污、防洪体系的监控、整治工作；（二）合理绿化、美化、亮化两岸，保留、保护沿线古村落、历史建筑、传统街区、桥梁等，并通过景观小品、文化墙、主题展馆建设提升人文内涵；（三）优化道路人车分流功能，完善自行车绿道、徒步道、水上游船（公交）等慢行系统，规划设计文化广场、绿道驿站、亲水码头等公共产所；（四）提升建筑立面和夜间亮化景观的城市风情

和艺术内涵，引导街区实施“腾笼换鸟”计划，鼓励文化创意、美食购物、休闲娱乐等业态的进驻。总体将西林河打造成为“景观河、休闲河、文化河、产业河”，带动城市生活和休闲质量的整体提升。

**切入点二：优质资源整合盘活。**龙城旅游处于起步阶段，多数资源呈闲置、荒废状态，尤其是七星岗、东廓圩市、花围村、水西村等老城古村。未来，可通过引入战略投资商，采用 PPP、整体开发等模式，高效率、高溢价地整合、盘活现有资源，并带动城市价值的提升。其中，建议近期通过政府牵头，重点推进七星岗、东廓圩市的一体化开发，借助银行贷款或 PPP 融资筹集第一桶金，重建龙城县衙、城墙、护城河，打造产业园区、主题展馆、工匠作坊、创意集市、休闲街区，整体崛起为龙门中央文化休闲区。

**切入点三：精品项目落地引导。**扩容提质是龙城街城市发展的主要趋势，土地升值及市场开发潜力较大。目前已有多个文化创意、农业休闲、旅游地产项目在县城布局。未来，龙城街一方面要做好既有项目的落地引导工作，推进水西美食风情园、鸬鹚樱花岛、三沐谷等项目的建设进度，规避圈地占地、转手套利、变相开发等现象；另一方面，应树立“选商”意识，合理提高准入门槛，并明确设置项目退出机制，在开发时序、土地功能、建设体量、投资规模等领域加大引导、规范力度。以此提高单位土地存量的开发程度、投资力度、产能产值和溢价空间，为龙城街五宜幸福小镇建设打牢基础。

## 2 永汉：温泉旅居小镇

### 2.1 发展亮点

**亮点一：打响“生态温泉旅居镇”。**永汉镇是森林度假、温泉养生的胜地，素有“日游南昆、夜沐温泉”的美誉，吸引了富力、保利、希尔顿、喜来登等国内外知名企业前来投资置业，掀起了温泉旅游地产项目建设的浪潮。未来，永汉旅游应当跳脱行政思维的束缚，主动嵌入粤港澳世界级城市群的建设进程中来，整合国内外“政、产、学、媒、资、民”各界力量和资源，推动温泉小镇的二次创业，统一温泉项目的品牌形象（如龙门十三汤），打通上下游产业链，提升综合承载力和市场竞争力，逐步发展成为广东一流、国内著名、国际知名的温泉旅居小镇。

**亮点二：建设“穗莞深旅居卫星城”。**“城、产、人”不协调是永汉镇经济社会及旅游业发展的主要矛盾之一。旅游地产如雨后春笋，城镇建设明显滞后，旅游增长势头开始回落。日益加剧的不确定风险埋下了发展隐患。从景区（楼盘）度假向全域旅居转型升级，或将是永汉镇的最优路径。未来，可依托区位优势

势，以提升居家服务为核心，以升级休闲旅游配套为辅助，全镇既是旅游目的地，更是优质生活城镇，重点承接穗莞深外溢产业、资本和人口，完成从“珠三角一小时生活圈”到“旅居永汉镇，联通珠三角”的价值跃升，成为接力大珠三角优质生活圈建设的旅居卫星城。



图 3-7：永汉镇依云四季及云顶温泉

## 2.2 产业增长点

**增长点一：融合型旅居产业。**山、泉、林一体化的生态环境是永汉镇比较优势之一。未来可以市场需求为导向，以旅游供给侧结构性改革为方向，基于“观光-休闲-度假-旅居-定制旅游”的发展规律，适当超前地发展融合型旅居产业，培育野奢度假、美食购物、文化休闲、健康医疗、运动健身、培训教育、养生养老、家政服务精品业态，并通过搭建“统一品牌、统一标准、统一管理、统一推介”的旅居服务平台，培育精品旅游线路，高效整合优质资源和服务，丰富旅居体验，全面提高城镇生活、休闲品质。

**增长点二：农业休闲与乡村旅游。**国民旅游时代的到来，正式掀起了“美丽乡村包围高压城市”的浪潮，农业休闲与乡村旅游迎来政策、投资、市场等多重利好。特色农业和古色乡村是永汉镇的独特风景线。未来，可依托区位优势，深挖珠三角市场，以 S119、S355 为纽带，以“古村落、古文化”特色村、都市农业休闲基地建设为抓手，整治提升乡村田园环境风貌，完善基础设施和公共服务体系，扶持画家村、民俗客栈、农家乐、农副产品加工、农产品电商、农耕文化体验、旅游商品制造等业态，加强居民就业、创业培训与扶持力度，打造珠三角美丽乡村大观园，成为乡村旅游扶贫样板镇。

## 2.3 行动切入点

总体来看，永汉镇前三十年旅游创业浪潮释放出的资源红利，已经基本上被雨后春笋般的旅游地产分摊殆尽，镇区经济社会发展并未享受到应有的甜头。与此同时，陷入孤岛危机的旅游景区（楼盘）也出现了难以为继的不利趋势。为破

解现实问题，近期可以建设“国际温泉旅居小镇”为统领，协同、联动温泉景区、集散镇区及周边乡村，发起第二次旅居创业大行动，释放惠及全域的第二波产业红利。

**切入点一：温泉景区的二次创业。**先行探索镇域温泉资源保护经验（以供定需，配额制+资源税+增值税），引导温泉产业的抱团发展，营造统一的品牌形象（如龙门十三汤），以南昆山温泉大观园等 A 级景区为示范，推动南昆山温泉大观园二期、生活之原、龙之泉、云龙温泉、依云四季等项目的建设进程，鼓励景区延伸发展差异化的“温泉+”迭代产品，并加强与周边景区、乡村旅游点、农业基地及旅游企业在客源共享、线路设计、市场营销等领域建立长期合作关系，提高资源、市场整合能力，强化产业带动效益，进一步提高永汉乃至龙门温泉品牌知名度和市场竞争力。

**切入点二：镇域旅游的二次创业。**确立“以人为本，产城旅并进”的发展理念，以建设龙门县副中心为统领，合理控制旅游地产的发展增量，盘整存量土地和“三旧改造”资源，调动市场和社会力量，以慕思嘉华商业综合体为示范，优先发展配套性精品项目，如美食购物、休闲娱乐、文化创意、健康医疗、培训教育、运动健身等业态，真正做大做强旅居目的地经济；与此同时，探索设立镇旅游办公室，由镇委镇政府主要领导牵头，推动镇域智慧旅游系统、旅游公路、游客服务中心、旅游投融资及推介平台等重大工程的建设，承接镇、县、市全域旅游政策资金和行动号召，完善旅游厕所、旅游数据中心、标志系统等基础设施的建设，逐步成长为“宜居、宜游、宜业”的新型旅居小镇。

**切入点三：美丽乡村的文化复兴。**加强对嘉义庄、官田“文祐王公祠”、鹤湖“虎头花灯”、三寨谷造纸作坊遗址等文保单位、非物质文化遗产的保护与合理利用，开展国家级资源品牌创建工作，以 S119、S355 沿线为示范，继续推动“美丽乡村”三大行动，整治提升乡村生态人居环境，整治“两违”和打击私自买卖土地行为，引导农家乐、私家温泉、民俗客栈等特色业态的合法化、规范化、品牌化发展；与此同时，重点扶持一批农业休闲和乡村旅游示范村、示范企业和示范基地，如嘉义庄农民画村、莲塘美丽乡村、鹤湖客家古村等，探索整村开发、企业+基地+合作社、PPP 等新型模式，带动三农发展，发挥旅游精准扶贫示范效益，真正提升当地居民的收入水平和生活休闲品质。

## 3 龙华：健康文旅小镇

### 3.1 发展亮点

**亮点一：主动接手全域旅游接力棒。**龙华镇较有条件从永汉镇接过全域旅游

接力棒。未来可围绕“富民、强镇”主题，加大对旅游业行政统筹和政策倾斜力度，以 S119 及龙门河为纽带，推进项目招商及特色业态孵化工作，主动承接国家全域旅游示范县、国家中医药健康旅游示范区的创建工作，力争发展成为惠州市乃至广东旅游特色小镇。

**亮点二：打造中国健康文旅样板镇。**优越的山水、温泉、古村、田园资源共同奠定了龙华镇旅游发展的比较优势。未来，龙华镇可以探索“健康旅游+文化旅游两条腿走路”的方式，联合中国大健康联盟、平安银行健康文化旅游事业部等实力集团，以创建国家中医药健康旅游示范基地为抓手，联合市场和社会力量共建中国健康文旅样板镇。



图 3-8：龙华镇南昆山居及水坑村文笔塔

### 3.2 产业增长点

**增长点一：中医药健康旅游业。**龙华镇具备发展中医药健康旅游业的潜力。未来可以 S119 沿线为纽带，整合“政产学资媒民”各界力量，探索“金融+科研+医疗+地产+文旅”五位一体示范基地的建设，引资、引智、引流同步进行，全面打通“金融链、产业链、消费链”。

**增长点二：乡村文化旅游业。**乡村旅游看龙华。未来可以龙门河沿线为核心，以香溪堡文化旅游小镇为龙头，以水坑村、功武村、绳武围等古村为支点，撬动智慧乡村、生态乡村、美丽乡村、休闲农业的发展，探索整村开发、企业+基地+合作社等落地模式，扶持发展文化创意、民俗客栈、工艺品及土特产展销、耕读文化体验等业态。

### 3.3 行动切入点

**切入点一：S119 健康养生线。**S119 是龙华镇联通南昆山和县城的主干线，未来可提升为旅游公路，并联合市场力量，布局健康养生精品项目；西段以沙迳为枢纽，承接南昆山外溢市场，以万惠洪浪山为示范，发展温泉度假、养生养老、美食购物等项目；东段以龙华集为枢纽，对接珠三角市场，布局滨水度假、健康农业、归园田居等项目。

**切入点二：龙门河乡村文化线。**龙门河是母亲河、生态河，未来可打造为景观河、文化河、产业河。其中，上游河段可以鱼允岛（“九岛十八湾”）项目及水坑村为示范，发展健康农业、休闲农业项目，逐步将年桔、竹笋、淮山等土特产包装为品牌型旅游特色商品；下游河段基于“一村一品”理念，加强古村、古建筑保护，以山水环境为背景，以耕读文化为内涵，以国学教育、文化创意、民俗体验为吸引点，打造诗情画意的世外桃源。

## 4 地派：慢游天堂小镇

### 4.1 发展亮点

**亮点一：打造龙门全域旅游北大门。**大广高速和韶惠高速的规划建设，进一步打通了龙门县与广韶惠空港、高铁站、高速网络的交通联系，突显了地派镇的北门户作用。未来，地派镇应发挥区位优势，以自驾游和山地运动市场需求为核心，重点加强“快旅慢游”集散体系的建设，力争成为龙门全域旅游新兴市场开拓的排头兵。

**亮点二：开启“国际慢城”新大门。**地派镇有着龙门县最具代表性的山水封面。未来可围绕“生态立镇，旅游旺镇”的发展战略，抓好土地资源、水资源和森林资源的保护与利用工作，以慢休闲融合“山·泉·水·稻”文章，加强跨区域旅游合作，积极探索“国际慢城”对接与申报工作，建设国际慢游天堂小镇，探索“原生态崛起”新路径。



图 3-9：地派镇天堂山水库及地派温泉

### 4.2 产业增长点

**增长点一：绿色农旅产业。**“八山一水一分田”是地派镇的真实写照。未来，可以创建“国际慢城”为突破口，撬动项目招商工作，以原生态、慢休闲产品为卖点，开拓珠三角都市群中高端消费市场，重点扶持农业休闲、乡村旅游、野奢度假等业态，并推进水稻、香蕉、芭戟、板栗、油茶等农副产品的品牌包装与推广工作。

**增长点二：养生健身产业。**绿水青山就是金山银山。地派镇生态保护与利用工作，应做好加法和减法。生态开发范围和建设体量要做减法，合理探索天堂山水库及周边区域的保护与开发；生态开发层次和体验丰富性要做加法，基于差异化定位，瞄准森林养生、山地运动、自驾旅游市场，走原生态、中高端、小而美的发展模式，策划特色节庆和赛事，全面提升品牌美誉度。

### 4.3 行动切入点

**切入点一：综合营造慢游小镇风情。**把“打扫干净屋子再请客”作为地派镇打造龙门旅游北大门、迎接国民旅游时代的重要举措。近期以天堂山水库和地派河为轴线，规划建设自行车绿道、徒步栈道、水上蓝道、自驾车营地等快旅慢游体系，打造山水休闲廊道；以 S355 为轴线，重点提升地派圩、天堂圩及沿线村庄的卫生文明条件、环境形象风貌，扶持农家乐、民俗客栈、土特产购物店等业态的发展，打造休闲产业集聚带。

**切入点二：攻坚项目招商落地工作。**围绕“慢游天堂小镇”目标，主动对接县市省，探索攻关“国际慢城”品牌，并进一步明确项目招商意向、准入门槛及行动方案；优化招商体制机制，创新招商模式，以资源为底牌，以市场为卖点，以理念为标尺，引进一批“品牌合伙人”。同时，以地派温泉及桂峰山度假村升级改造为示范，开启新征程。

## 5 龙田：水韵田园小镇

### 5.1 发展亮点

**亮点一：打造龙门县城“休闲后花园”。**龙田镇为中心城区扩容提质提供了北拓腹地，中心城区则为龙田镇补足短板提供了新动力。未来，龙田镇可依托交通、资源优势，主动融入环县城城市休闲组团，与龙城街在旅游公路、标识系统、智慧旅游、市场推介等领域建立互联互通、共建共享的体制机制，实现从生态后花园向休闲后花园的升级。

**亮点二：开启龙田“养心的美丽之旅”。**龙田镇是龙门县的典型缩影和旅游名片。未来，龙田镇可以“养心”为市场卖点，做活做特“客·田·水·画”文章，营造山水画般的城乡美丽风景线，整合慢节奏的美丽产业链，孵化一批美丽乡村和美丽基地，以“水韵田园”为意象，争创广东省乃至国家旅游特色小镇，探索“美丽经济”崛起之路。



图 3-10：龙田镇尚天然花海温泉小镇及龙门铁泉

## 5.2 产业增长点

**增长点一：养生养心产业。**水是龙田镇生命之源、产业之根本。在消费升级背景下，关注健康的老年群体、关注颜值的年轻群体将为龙田旅游注入新气象。龙田镇可以“水养颜·田养生”为主题，重点加强四类水（温泉水、矿泉水、饮用水、灌溉水）和标准农田的保护与利用，引导温泉养生、水疗美容、水文化体验、农渔休闲等项目的平台式合作，推动胡须三黄鸡、山水豆腐、山坑石螺、原生态灵芝等土特产的品牌包装与推广。

**增长点二：文化创意产业。**客家文化和农民画是龙田立镇之魂，也是文旅升级之道。一方面可以树立“龙民画”品牌，以农民画产业园为载体，探索“运营企业+农民画合作社+孵化基地”的开发模式，整合各界力量和资源，推动农民画的集聚化、产业化、平台化发展；一方面可以 S244 为纽带，以王坪、田尾、邬村、李洞为示范重点，逐步加大南宁太慰墓、下马碑、炮楼、百年古祠堂等文物古迹保护与利用力度，整合客家建筑、客家饮食、客家山歌、传统手工艺等元素，发展民俗客栈、农家乐等乡土特色业态，打响若干“美丽客家”示范村。

## 5.3 行动切入点

**切入点一：营造走心的美丽家园。**（一）以龙门县中心城区扩容提质及交通扩网加速为契机，对接上级政策资金和行动号召，率先推动旅游公路、旅游厕所、标识系统、游客服务中心、特色街区等基础设施的建设，并与周边镇街互联互通，形成“外联内通、快旅慢游”的集散格局；（二）以 S244、龙田河为轴线，优化沿线城乡的环境风貌、卫生条件、文明风气，提升山水廊道的景观美感和文化内涵，扶持景观农业、花卉产业、农家乐、渔家乐的发展，营造“风景美、节奏慢、人心近”的休闲氛围。

**切入点二：融合养心的“美丽产业”。**勇当龙门旅游升级发展的领跑者，彰显水韵田园形象，探索全域旅游的落地经验，引导“美丽产业”的融合发展。（一）

精心策划“养心的美丽之旅”两日游线路，整合“客·田·水·画”核心资源，促成景区和乡村之间在旅游交通、联合营销、客源共享等方面的融合发展；（二）加强旅游品牌的创建工作，争创广东省旅游特色小镇，鼓励龙门铁泉、尚天然创建国家 5A 级旅游景区，引导香草世界、江垌温泉等新兴景区（点）创建国家 A 级景区，扶持美丽乡村的创建工作，进一步成就龙田旅游的美名；（三）加强智慧旅游信息化建设，搭建一体化的龙田旅游投融资与推介平台，发动全民营销、全民创业大行动，共同塑造“水韵田园小镇”统领形象。

## 6 蓝田：世外瑶乡小镇

### 6.1 发展亮点

**亮点一：打“民族、门户、生态、旅游”政策牌。**蓝田乡是惠州市的北大门，是惠州唯一的少数民族乡，是森林覆盖率最高的乡镇之一。在省市县确立“率先全面建成小康社会”目标、惠州市全面部署“进二”行动背景下，蓝田乡应抓住机遇，以创建广东省少数民族科学发展示范乡为契机，以打造粤、湘、赣三地的瑶族生态文化旅游目的地为目标，寻求直接挂钩县市乃至省委省政府的政策倾斜，力争与省市县同步奔小康。

**亮点二：探索“世外瑶乡”的全域旅游开放之路。**在武深高速即将贯通的背景下，蓝田乡作为惠州北大门的区位价值被激活，发展民族文化旅游的市场潜力被正式唤醒。未来，蓝田乡应主动求变，力争进入龙门县全域旅游快车道，营造“咫尺神秘”的世外意境，并向“惊喜连连”旅游体验转换，走出去、引进来，打造主客共享的旅游目的地。



图 3-11：蓝田瑶族风情园及舞火狗表演

### 6.2 产业增长点

**增长点一：品牌型第六产业。**农业是立乡之本，未来应向“第六产业”转变，走“种养加工基地+休闲景区（点）+电商物流园”的融合路径。以红星村为示范，引导中药材、香菇、金银花、花卉、三黄胡须鸡、毛竹、果树等特色经济作物的

规模化种植，推行“企业+合作社+基地”等模式，向农副产品上下游延伸，强化加工、包装、电商、物流等配套；积极创建省市农业休闲与乡村旅游示范镇（点）、A级景区；鼓励香菇、金银花等特色品类申报中国地理标志产品；鼓励本土企业、个体户注册商标，推介特色商品。

**增长点二：实景式文化旅游业。**旅游业是旺乡的重头戏，未来可以营造“全域实景的世外瑶乡大观园”为统领，引导山水、森林、温泉、田园、村寨等自然人文资源的组合式开发，重点挖掘、做活做特“瑶（民族村寨）、药（健康养生）、瑶（民俗艺术）”文章，通过环境营造和故事演绎，赋予瑶乡神秘色彩；通过精品项目和特色业态，赋予游客惊喜体验；通过品牌包装和节事营销全面打响“世外瑶乡”知名度和美誉度。

## 6.3 行动切入点

**切入点一：提升“世外瑶乡”的精气神。**建立与县、市、省同步全面建成小康社会的倒逼机制，对接上级政策利好和专项基金，整合政府、市场和民间力量，重新焕发瑶乡的发展活力和精神风貌。加强对田心围古民居、杨坑洞自然区等文保单位、民族村寨的保护开发；推进舞火狗成人礼的传承创新，申报国家级非物质文化遗产；以S244沿线为示范，营造整洁、干净、素雅的城乡风貌，倡导和睦、友善、热情的民间风气；逐步强化教育、医疗、卫生、文化等公共服务体系，加强对本地民众在接待服务、就业创业、文艺演绎等领域的技能培训和政策扶持，完善“快旅游慢”旅游集散体系，营造幸福导向型的主客共享氛围。

**切入点二：塑造“世外瑶乡”的里子。**以48座瑶族特色村寨为核心载体，加强对民族服饰、医学、教育、手工技艺、音乐舞蹈、婚俗礼仪、神话传说、宗教信仰等瑶族文化的挖掘、整理和演绎，编制文化保护名录、地方志、文化旅游地图、宣传手册等，摄制专题纪录片、旅游形象宣传片等，对接旅游接待宣传和民众教育工作；基于传承发扬少数民族文化的呼吁，对接中央和地方主流媒体，筹建瑶族文化研究中心，组织田野调查、媒体采风活动，开展多形式的电视、报刊、互联网宣传；依托舞火狗成人礼，融合中秋习俗和瑶族文化，策划瑶乡文化旅游节；建立健全“党政统筹、产学研联动”的项目招商体制机制，重点引进精品式、精致型的养生文旅项目，督促蓝田瑶族风情旅游区的升级发展，加快推动龙泉生态城、瑶池圣泉、蓝田养老社区、芊蔓园特色街、沐香谷中医药、凤凰大地等项目的落地建设，设计内联外拓的旅游线路，营造全域旅游格局。

## 7 龙潭：竹木隐居小镇

### 7.1 发展亮点

**亮点一：搭建南昆山“起居室”。**龙潭镇地处南昆山脚，森林覆盖率达 78.6%，有 5 万多亩竹林。未来，应发挥“竹”场优势，主动对接南昆山，建立互联互通的合作框架，打响“昆竹”品牌，提高议价能力。基于差异化发展路径，打造别具竹林风情、清雅品味、隐居意境的会客旅居目的地，嵌入环南昆山旅居组团，成为不可或缺的“起居室”。

**亮点二：培育特色“竹”导产业。**龙潭镇是广东省竹木专业镇，现有竹木生产加工企业共 700 多家。未来，在引导传统竹木产业“集约集聚上规提档增效”的同时，可以创建国家生态示范镇为统领，以文化旅游业为突破口，以汕湛高速、S355、X222 为纽带，围绕中高端游客的“饮食起居”消费链，丰富以“竹”为特色的精品项目和特色业态，打造广东一流、国内知名的竹木风情隐居目的地。



图 3-12：龙潭镇竹木产业与生态风景

## 7.2 产业增长点

**增长点一：竹木衍生产业。**龙潭镇现有竹木产业以种植、粗加工和贸易为主，处于产业链低端，经济效益较一般。未来应立足生产基地优势，以供给侧结构性改革为切入点，统一打造“昆竹”高溢价品牌，推进产业园区、行业协会、专业合作社的建设，以昆竹酒业、新能源等企业为示范，引导竹材的精细化培育、分类利用、机械化深加工，进一步孵化品牌包装、产品设计、工艺制作、出口贸易等产业链，重点发展养生美食、清洁护理、文化用品、工艺美术等新兴产品和旅游特色商品，拉动经济社会跨越发展。

**增长点二：文化旅游产业。**龙潭镇文化旅游产业仍处于起步阶段，市场自发生长为主。未来可强化党政统筹和政策倾斜力度，以山陵河谷、竹林乡村为载体，以龙潭河湾、大竹窝、石水寨等为先行示范，以精品项目为支撑，融入生态人居环境美学、“儒释道”和“竹林七贤”等文化内涵，综合发展漂流素拓、美食购物、自驾露营、乡村旅居、野奢度假等特色业态，品牌化包装推介昆竹酒、沉香茶、灵芝、西溪笋等旅游特色商品。

## 7.3 行动切入点

**切入点一：“竹”动推进产业升级。**基于“竹”导产业供给侧结构性改革路线，以竹材为核心，逐步构建集培育、种植、加工、设计、包装、贸易、电商、物流于一体的全产业链；近期重点规划建设竹木产业园，引导竹木企业和家庭作坊进驻，成立龙门县竹木产业协会，引导竹木产业的抱团式、平台化发展；同时，以昆竹酒业、新能源等企业为示范，加强技术引进和产品研发投入力度，提高机械化生产水平；重点吸引中高端园林竹艺、文化用品、竹炭护理等新兴企业进驻，丰富竹制产品系列，提高市场竞争力。

**切入点二：“竹”步建设精品项目。**围绕“竹木隐居小镇”的发展目标，以创建国家生态示范镇为统领，率先升级改造 S355、X222，打通连接南昆山和永汉、龙华、龙城、龙潭四镇的区域旅游交通环线；部署建设别具竹木风情的旅游公路、自行车绿道、标识系统、旅游厕所等基础设施，营造快旅慢游集散体系；以精品项目建设为核心，引导水帘洞漂流、活通度假村的升级改造，积极创建国家 A 级旅游景区；编制招商手册，协同县市政府，加强对外招商力度，加快推进万亩檀香、大竹窝、龙潭河湾、新寮村等项目的招商落地工作，走差异化、文化型、高端式发展路径，营造“雨后春笋”般的快速发展格局，并联合周边景区设计区域旅游线路。

## 8 平陵：福地研修小镇

### 8.1 发展亮点

**亮点一：打造龙门全域旅游东门户。**平陵镇是龙门东大门，毗邻博罗县和河源万绿湖，建材工业比较发达，往来商贸客商众多。未来，可依托区位优势 and 特色旅游资源，利用工业强镇、撤镇设办带来的流动人口、财政收入等利好，加大对文化旅游业、休闲农业、美丽乡村的党政统筹、政策倾斜、用地供给力度，把以旅游业为代表的绿色产业作为重点扶持对象，为平陵镇“灰色风情”抹上几缕生机，提早铺垫绿色转型路线。

**亮点二：打响“龙门祈福”品牌名气。**平陵镇是广东省教育强镇，客家饮食文化独树一帜，白芒坑被列为省中共党史教育基地，龙岩寺是本土最富盛名的佛教寺庙。未来，可整合旅游资源，走组合式、差异化、集聚化发展路径，重点发展金色祈福游、红色乡村游、绿色农业游，扶持美食购物、军事拓展、研学教育、旅居地产等业态；代言龙门县参与区域旅游合作，联动县城、博罗及河源万绿湖，力争将龙岩寺、白芒坑纳入区域精品旅游线路中。以旅游业为突破口，丰富、提

升平陵镇文化内涵和品牌美誉度。



图 3-13：平陵镇龙岩寺及生态农业

## 8.2 产业增长点

**增长点一：研学教育业。**依托白芒坑作为广东省中共党史教育基地、龙门县爱国主义教育基地的品牌优势，结合美丽乡村建设行动，统筹周边乡村、田园、丘陵、水库资源，扶持发展以爱国教育、廉政教育、军事教育、国学教育、农耕教育、艺术教育等为核心，以文化创意、民俗客栈、美食购物、旅游地产等延伸的研学教育产业。

**增长点二：禅修度假业。**围绕“龙门祈福”品牌建设，以龙岩寺为依托，通过策划祈福法会，加强旅游宣传等手段，提升品牌知名度和信众基础；捆绑周边溶洞、乡村、农业和建设用地等资源，以“养德、养心、养生、养性”为主题，引导祈福朝圣、佛教文化研修、手工艺展销、养生养老地产等禅修度假业的集聚发展。

## 8.3 行动切入点

**切入点一：营造休闲门户形象。**以城市扩容提质为契机，以金龙大道、平山路及平陵大道改造提升工程，奥丰迎宾广场、平陵新汽车客运站、平陵河小流域综合治理等项目为支撑，规划建设旅游公路、标志系统、城乡绿道、旅游厕所等基础设施，加强绿化、绿化、美化力度，加强过境车辆的管制，减少道路安全隐患和粉尘噪音污染，营造若干风情廊道，提升城乡环境风貌及生活休闲品质，营造整洁、文明、安全的休闲门户形象。

**切入点二：孵化三彩旅游产品。**红色：以白芒坑红色生态旅游区为示范，打造城乡一体化示范村，建设革命历史博物馆和烈士纪念碑，以中小学生、教职工及党政人士为主要对象，开展爱国廉政教育、素质拓展等活动；金色：加强龙岩旅游区的招商力度，捆绑周边土地指标，推进龙岩寺、溶洞的升级，合理配套文化研修、美食购物街、养生养老地产等配套；绿色：以优质米和蔬菜种植基地为

载体，加强对名优产品品牌的扶持力度，引导农业基地延伸发展农业采摘、美食购物、摄影写生、徒步骑行、农产品电商等业态。中远期可立项研究旅游商品制造产业园、矿区工业旅游与环保教育基地等项目。

## 9 麻榨：红色水乡小镇

### 9.1 发展亮点

**亮点一：打造南昆山“前哨站”。**麻榨镇地处南昆山脚，是连接增城正果镇及博罗横河、长宁镇的重要门户。未来可立足区位优势，加强与南昆山及周边镇街的互联互通，尤其是在旅游交通及精品线路等领域，在环南昆山森林温泉产业带建设、南昆山—罗浮山旅游一体化及区域精品线路合作进程中发挥“前哨站”作用；同时，走差异化、优势互补路径，成为环南昆山旅居组团的新兴板块。

**亮点二：打响“红色水乡”品牌。**麻榨镇山清水秀，森林覆盖率达80.8%，龙门河贯穿全境，孕育了深厚的红色文化及水乡田园肌理。未来可以“红色水乡”品牌为核心，整合一河两岸山水、乡村、城镇、田园及红色遗址等特色资源，以十里水湾、大派洲等为示范，加大项目选商引资力度，重点发展自驾游、自助游、亲子娱乐、水疗养生、乡村度假、农耕体验、教育素拓等业态，积极申报省市休闲农业与乡村旅游示范镇（点）。



图 3-14：麻榨镇红色水乡及下龙杨桃专业合作社

### 9.2 产业增长点

**增长点一：农业休闲与农产品电商。**麻榨镇盛产年桔、水稻、蔬菜、冬鹅、青梅、杨桃、话梅凉果、粉葛及沉香茶等特色产品。未来可以农业现代化为导向，加大“一乡一品”的扶持力度，积极引进、培育农业龙头企业，探索“企业+基地+合作社”等开发模式，加强对农产品种植、加工、包装、销售、物流等环节的统筹、规范，避免恶性竞争，达成合作共赢发展态势；引导特色农产品生产基地的升级发展，加大先进农业技术的投入力度，合理置入农业采摘、科普教育、耕作体验、农家乐等休闲配套；大力发展农产品电商，对接农村淘宝、阿里巴巴、

京东、一号店等生鲜电商平台，策划“切水果”文化旅游节、线上农产品交易会等节事，逐步提高市场知名度和核心竞争力。

**增长点二：乡村旅游与滨水休闲。**麻榨镇有着浓厚的红色文化基底及曲艺、春牛舞等民俗艺术氛围。未来可以龙门河一河两岸为核心，引导乡村、山水、土地资源的组合式开发，大力发展大众式的红色教育、民俗体验、亲子娱乐等乡村文化旅游产品，创新发展中高端的水上旅游、水疗养生、会议宴会等滨水旅游产品，合理引导旅居地产、步行街区、星级酒店等配套的规划布局，逐步提高旅游吸引力，发挥强镇富民效益。

### 9.3 行动切入点

**切入点一：营造区域互联互通格局。**跳出行政思维的束缚，积极对接县市政府工作和政策资金，主动反馈、请示，加强与南昆山、永汉镇乃至增城、博罗接壤镇街的区域合作。（一）推动龙博大道“南昆山-罗浮山”中部旅游通道的尽快建设，升级改造麻榨镇 X261、X223、X219，加密龙门至麻榨的公交车班次，引导南昆山、永汉的公交线路途经麻榨进入惠州，争取开通在麻榨设站的南昆山—罗浮山旅游公交线路；（二）以十里水湾为示范，推动县域范围内龙门河一江两岸的统筹规划，加强沿河绿化、亮化和美化力度，加强水环境治理及景观廊道的建设，规划建设水上蓝带、两岸绿道等慢行系统，为两岸休闲农业和乡村旅游的发展打下基础。

**切入点二：培育旅游先行示范标兵。**（一）结合城乡一体化和农业现代化建设，以下龙杨桃、东埔粉葛生产基地为示范，引导休闲农业的发展，鼓励本土农副产品进行无公害认证、申报中国地理标志产品，鼓励有条件的农业基地、乡村旅游点策划水果节、客家民俗艺术节等节事活动，创建省市休闲农业与乡村旅游示范点等品牌；（二）以“红色水乡”旅游项目为示范，力争打造麻榨镇首个国家 A 级旅游景区，联合南昆山、十字水、增城正果寺等周边景点，推介“愉悦龙门·修成正果”区域旅游精品线路。同时，加强对十里水湾、仙岛（大派洲）叶剑英元帅革命活动旧址、寨头水库市级自然保护区、东安上寨、神牛石、鳌溪、邓氏古墓及东埔、凤岗廖氏宗祠等的资源保护与招商引资力度。

## 10 龙江：四季飘香小镇

### 10.1 发展亮点

**亮点一：打造珠三角“菜篮子工程”。**龙江镇地处珠江三角洲“大三角”边缘，广河高速穿境而过，仁深高速、汕湛高速将在境内预留互通口，交通区位优势

势越发凸显。未来，可以龙江米、苞心芥菜特色农业为示范，重点抓好国家级水稻高产示范片、惠州市现代农业示范区的建设，进一步强化均记蔬菜等龙头企业的带动作用，抓好奇异果、火龙果、蔬菜、粉蕉等示范基地建设，全力开拓珠三角市场，成为高品质的菜篮子工程。

**亮点二：建设四季飘香的“农业公园”。**龙江镇境内土地肥沃，地形平坦，农田相对集中，有利于水稻、瓜果、蔬菜、名贵花卉苗木等农林牧渔业的发展，农业规模化、产业化、品牌化发展逐步走上快车道。未来，可以惠州市菜篮子工程（均记蔬菜）、广东花卉之乡等项目为先行示范，推动一二三产业的融合发展，扶持品牌包装、农产品电商、休闲农业、乡村农家乐、商务旅游的发展，完善旅游集散、接待服务体系，全面打通生产、加工、包装、交易、物流集散、电商贸易、休闲旅游产业链，整合打造为一年四季“果香、花香、饭香、睡得香”的都市农业休闲目的地。



图 3-15：龙江镇生态农业

## 10.2 产业增长点

**增长点一：乡村农家乐。**龙江镇盛产龙江米、苞心芥菜、柑橘、粉蕉、梅菜、均记无公害蔬菜、火龙果、奇异果等特色农产品。未来可以将农业现代化与美丽乡村建设相融合，以邦农富有机生态农业项目为示范，基于“一村一品、一园一景”的发展理念，推进农村土地承包经营权确权登记颁证工作，引导市级卫生村、森林村庄、生态村的创建工作；大力扶持乡村农家乐的发展，以“果香、花香、饭香、睡得香”为卖点，开辟田园采摘、科普教育、农田认种、徒步垂钓等特色项目；开展农业+互联网行动，加强与农村淘宝、阿里巴巴、京东、一号店等生鲜电商平台的合作，搭建在线博览交易平台，规划冷链物流、电商产业园等配套，加速龙江镇“农产品走出去、游客引进来”步伐。

**增长点二：花木商贸业。**随着仁深高速、汕湛高速的规划建设，龙江镇的区位优势越发凸显。未来，可以立足良好的山水生态，进一步强化内外交通集散功能，以广东花木之乡项目为支撑，加快建设花木交易市场中心、植物花木科普园、交通知识主题公园、观光农业园、花木种植基地、农业创业项目孵化基地、

互联网+农业基地等配套项目，引进国内著名花卉企业进驻经营，建成花木交易平台及电子商务平台，建设中国华南地区先进的一站式花木采购中心，延伸发展科普教育、休闲观光、美食购物、婚庆摄影、主题度假等旅游产品，将龙江镇打造成为宜商、宜游的广东花木之乡。

### 10.3 行动切入点

**切入点一：优化城乡形象风貌。**对接县市政策、资金，全力推进仁深高速公路（龙江段）的落地建设工作，加快 X218 及 X224 改造升级工程、路溪河及平陵河小流域龙江段整治工程，完善镇级森林公园配套设施的建设，加强古树名木保护，以沿河、沿路为重点，加强绿化、绿化、美化力度，合理规划旅游公路、标志系统、城乡绿道、旅游厕所等基础设施，加强过境车辆的管制，减少道路安全隐患和粉尘噪音污染，提升城乡环境风貌及生活休闲品质，营造宜居、宜游的特色小镇形象。

**切入点二：孵化重点示范项目。**以“石墩村”革命老区建设为示范，结合旧村改造及旅游兴村富民工程，升级改造进村道路，加快建设纪念广场、宣誓墙、旅游厕所、标志系统、导游讲解系统等配套设施，大力扶持乡村农家乐、民宿客栈、美食购物集市的发展，尽快创建县、市爱国主义教育基地，作为镇域中小學生、教职工及党政人士爱国教育、廉政教育、日常党建活动的主要场所；挖掘甘坑村溶洞观光等自然资源，以地质科普、户外拓展、研学旅游等为卖点，策划打造教育体验旅游项目；以广东省花卉之乡项目为重点，加快项目落地建设及园区花卉企业招募工作，搭建高规格、高水平的花木交易平台、电子商务平台；整合“政、产、学、媒、民”资源，以“四季飘香”为卖点联合推介龙江旅游业。

## 四、美丽乡村：一村一品

美丽乡村建设是实现全面小康社会的必然要求，也是龙门县全域旅游发展的“星星之火”。未来，可以“留得住青山绿水，记得住乡愁”为基本原则，以旅游业为纽带，将美丽乡村建设与乡村旅游扶贫工程相结合，采取“自上而下与自下而上相结合”的统筹方式，县、镇、村、企多方联动，走“一村一品、一户一业”的差异化发展模式，以水坑村、高沙村、上东村、东埔村等 18 个乡村为先行示范，重点打造古村古迹型、新农村示范型、红色旅游型、精准扶贫型等四类美丽乡村，使之成为带动民众就业创业、农民创收、贫困人口脱贫的重要载体。

### 1 古村古迹型美丽乡村

以水坑村、鹤湖村、官田村、绳武围、花围村等乡村为示范，以乡土文化为魂，以“乡愁、乡居、乡创”为核心元素，打造一批“物质与精神文明协调发展、传统与现代风貌交相辉映、原住民与新乡民和谐共处”的古村古迹型美丽乡村。

#### 1.1 乡愁

以乡村为单位，加强县、镇人财物等要素的倾斜，以留住乡愁、保住乡村记忆为目标，以创建省级/国家级历史文化名村为统领，推进非物质文化遗产及其代表性传承人、优秀传承人、传承保护基地的申报、参评工作，全面发动当地村民，挖掘好、保护好、利用好客家民俗民俗文化、宗族文化、农耕文化、商业文化等物质与非物质文化旅游资源，形成保护名录，并将其融入到乡村志的编纂、村容村貌的整治、乡风民风的宣传教育等领域中来，使乡愁成为驱动乡村旅游发展的灵魂所在。

#### 1.2 乡居

以乡居为载体，联合县、镇、村责任主体，对接县市省乃至国家政策资金，以永汉镇、麻榨镇、龙华镇古建筑古遗迹群为示范重点，以申报各级文物保护单位为契机，采取“修旧如旧”的方式，推进水坑古建筑群、鹤湖围、凤岗古建筑群、官田王屋古建筑群、绳武围、花围焕文楼等的抢修、保护、修缮工作，并协调控制周边现代建筑、环境风貌，保留、恢复乡村原有格局和风貌，合理置入乡土气息的现代美学元素，使萧瑟破败的乡村重新焕发活力；充分发挥引导性财政投入在文化古村建设中的重要作用，进一步完善乡村公路、信息通讯、垃圾处理、旅游风景道、旅游厕所、标识系统、停车场、游客驿站等基础设施和公共服务，提升乡村旅游发展的软硬件配套；规范控制现代建筑的规划建设，合理推进传统

民居、宅基地的确权工作，探索乡居所有权、经营权、管理权分立的可行路径，鼓励当地村民和外来投资者在保护前提下，以乡居为载体，开展旅游双创行动。

### 1.3 乡创

鼓励“整村开发”的招商模式，扶持文化艺术村、农民画家村、民俗客栈村、国学教育村等主题文化村落的发展；发挥县、镇、村在项目招商的主观积极性，整合“政、产、学、媒、民”各界资源，优先引进一批文旅主题园区、精品酒店群、乡村民宿群、文化创意街区、研学旅游示范基地、国学教育基地、文艺创作交易基地等文化品味较高的旅游项目；吸引文化、艺术、教育、传媒等各界人才和机构进驻文化古村，成为乡村新居民，联合当地村民，推进乡村建设和文化旅游发展等相关事业，重点扶持大师工作室、手工作坊、乡村民宿、休闲吧、咖啡吧、清酒吧等业态的发展，使之成为古村古迹文化游的重要吸引物。

## 2 新农村示范型美丽乡村

以高沙村、油田村、功武村、马嘶村等为示范，按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”总体要求，以培育“新风貌、新动力、新体验”为重点，打造一批宜居宜游宜业的新农村示范型美丽乡村。

### 2.1 新风貌

连点、连线、成片推进新农村示范建设工程，以“四化、四通、四建、四推进”工作为统领，合理拓宽升级乡村对外交通、村内交通和水陆慢行系统，加强生态人居环境整治，提高道路、村庄绿化，推进沿街立面、温泉民宿、乡村入口标志等的改造，进一步完善排水、电力、邮电通信、卫生设施、亮化工程和防洪防涝系统，布局建设游客服务中心、生态停车场、标识系统、旅游厕所、文化活动中心、农家书屋、村民广场等旅游基础设施和公共服务体系，提升村容村貌。

### 2.2 新动力

以“十公里经济带”为平台，加强引导性财政投入和政策配套，吸引市场资本和民间资本进驻，大力发展以农产品加工业为主的第二产业，引导高效农业、农产品加工业及农村电商物流业的联动发展，扶持中小型合作社、家庭农场、农产品交易市场、水果蔬菜淘宝村的发展；重点扶持以休闲农业、乡村旅游为龙头的第三产业，加强涉旅项目的招商引资与规划建设，逐步形成以重点景区为龙头、乡村景点为支撑、精品业态为基础的乡村旅游发展格局，鼓励农家乐、渔家乐、乡村民宿等领域的创业创新行动，使之成为带动村民就业、农民创收的重要渠道。

## 2.3 新体验

基于“主客共享”的发展设想，兼顾本地村民和外来游客等主体的不同诉求，引导“生态、生产、生活、休闲”方式的有机融合。倡导绿色发展理念，营造“山青、水绿、村净、景美”的生态人居环境，并借由绿道系统、水上旅游产品的建设开发，引导大众回归自然、亲近自然；倡导低碳、节能、环保的生产方式，避免污染型工业企业的进驻，借由文化内涵、创意元素、工匠精神的置入，提高一三产业的产品附加值；倡导诚信友善、淳朴好客的生活方式，保护传统民俗节庆，优化民主管理，维护和谐的邻里关系，加强信息化建设和文化下乡工作，提高乡村文明程度和开放程度；倡导返璞归真、慢节奏的休闲方式，以恬静、安乐、舒适的田园劳作、乡村生活氛围感染外来游客，开启一场放松身心的愉悦之旅。

## 3 红色旅游型美丽乡村

以东埔村、白芒坑、石墩村、低垵村等为示范，将精神文明与物质文明建设相捆绑，以旅游业为纽带，整合盘活“红色土地、绿色山水、金色田园”等资源，打造一批“党风正、民心齐、事业旺”的红色旅游型美丽乡村。

### 3.1 红色土地

挖掘好、保护好、开发好乡村红色旅游资源，加大对革命遗址遗迹保护和修缮的扶持力度，加强对红色乡村建设的引导性财政投入，联动相关部门，进一步完善道路交通、邮电通信、卫生设施、绿化亮化、防洪防涝、旅游厕所、生态停车场、标志系统、游客服务中心等基础设施和公共服务体系。重点做好“红色教育”文章，结合社会主义核心价值观的宣传教育工作，扶持党史教育基地、爱国主义教育基地、廉政教育示范基地、红色旅游示范基地、研学旅游示范基地等的创建工作，重点开发党政机关及教育、医疗等企事业单位的旅游市场，结合时政议题，积极承接、策划党建活动、冬夏令营、会议会奖等各类团体性活动，鼓励艺术教育、国学教育、职业教育等项目和业态的进驻，打造一批红色教育旅游目的地；同时，加强红色旅游景点的整合，打造市县红色旅游精品线路，并联动当地旅行社、周边旅游景区和县镇旅游宣传平台，加强市场推介、促销力度。

### 3.2 绿色山水

以市场需求为导向，加强旅游项目招商引资力度，以东埔村红色水乡项目为示范，鼓励红色乡村积极整合周边山水自然资源，打造一系列与红色旅游互为补充的休闲旅游产品。基于“一老一少带一家”的旅游市场开发策略，优先发展养

生养老、户外素拓、研学教育等热点旅游项目和业态，率先撬动银发旅游和青少年旅游市场，逐步延伸发展亲子游乐、体育运动、文化创意等大众旅游项目和业态，进一步盘活家庭旅游市场。

### 3.3 金色田园

贯彻实施“一切为了群众，一切依靠群众”的党政路线，将红色旅游与三农旅游相结合，引导当地村集体、村民参与到旅游开发的全过程中来，引导农村向景村转变，农田向景田转变，农民向景区农民转变，扶持休闲农业与乡村旅游试点的创建工作，加大对农民就业创业的培训与资金扶持力度，扶持乡村民宿、农家乐、渔家乐、土特产购物店、手工艺作坊、农村淘宝等业态的发展。

## 4 精准扶贫型美丽乡村

以上东村、西溪村、马岭村、社厦村、新寮村等为示范，以可持续化发展为核心，充分发挥乡村旅游在精准扶贫、精准脱贫中的重要作用，通过“输血、活血、造血”三步走，打造一批“村容整洁、乡风文明、人人幸福”的精准扶贫型美丽乡村。

### 4.1 输血

围绕与惠州市同步率先全面建成小康社会的目标，以省、市级贫困村为重点对象，进一步统筹市、县两级财政扶贫资金，安排好帮扶责任单位，落实好帮扶责任人员，制定好对口帮扶计划。加强扶贫对象识别建档立卡工作，加强扶贫资金及扶贫项目管理，健全完善后续管理制度。以县镇旅游主管部门为示范，鼓励本土旅游企业、宾馆饭店、景区景点等单位参与贫困村对口帮扶行动，开展乡村旅游扶贫工程，评定一批乡村旅游扶贫重点村，鼓励旅游扶贫项目的发展，将其列入县、镇旅游发展专项资金的扶持范围，加强与国开行、农发行等金融机构的合作，加大金融支持乡村旅游扶贫项目的支持力度，积极探索景区带村、能人带户、企业（合作社）+农户等扶贫信贷政策，鼓励为贫困户提供小额贷款，相关部门给予贷款贴息。为乡村旅游扶贫行动打下坚实的基础。

### 4.2 活血

积极开展乡村旅游扶贫行动。组织旅游规划设计单位开展旅游规划扶贫公益行动，制定目标明确、模式精准、路线清晰、行动具体的乡村旅游发展蓝图；推进乡村旅游扶贫重点村的环境综合整治，规划启动“六小工程”，包括停车场、旅游厕所、垃圾集中收集站、医疗急救站、农副土特产品商店和旅游标识标牌，

协助建档立卡贫困户实施“三改一整”工程，即改厨、改厕、改房、整理院落，统筹各部门资源，推进“幸福安居工程”，在交通道路、水利饮水工程、教育、卫生、文化等方面，进一步完善重点帮扶村的基础设施建设；组织和引导返乡农民工、大学毕业生、专业艺术人才、青年创业团队等各类“创客”投身乡村旅游发展，培育乡村旅游创客示范基地的发展；加强乡村旅游扶贫人才培养，积极开展乡村旅游经营户、乡村旅游带头人、能工巧匠传承人、乡村旅游创客四类人才和乡村旅游导游、乡土文化讲解等各类实用人才培训，提高贫困人口旅游服务能力，探索实施“乡村旅游扶贫培训种子工程”，培养一批乡村旅游扶贫培训师，深入基层一线、面对贫困群众进行技能辅导。以此营造良好的发展态势。

### **4.3 造血**

探索景区带村、能人带户、企业（合作社）+农户等旅游扶贫新模式，突出乡村自然资源优势和旅游发展条件，发展一批以农家乐、渔家乐、森林人家等为主题的乡村度假产品，策划一批采摘、垂钓、农事体验、徒步骑行等参与型的旅游娱乐活动，大力开发乡村亲子乐园、乡村民宿、自驾车房车营地、帐篷营地等新业态，探索开展乡村旅游后备箱工程和旅游电商扶贫行动，引导乡村旅游扶贫重点村建设旅游淘宝村，依托周边景区酒店、旅游宣传平台平台等，推介、销售特色农副产品、手工艺品、小吃美食等旅游手信。鼓励乡村特色文化演艺和节庆活动的发展，并通过电商平台、节庆推广、主题活动等一系列载体，开展乡村旅游扶贫公益宣传。使乡村旅游扶贫重点村具备自我造血的脱贫致富能力。

## 第四篇 产业融合

# 一、文化+旅游

龙门县是中国现代民间绘画画乡、中国民间文化艺术之乡。可以说，文化是龙门立县之根本，也是旅游腾飞的动力之一。未来，可通过做大做强农民画产业、弘扬非物质文化遗产、挖掘活化龙门老记忆、共建“愉悦龙门”品牌等重要举措，营造“文旅联姻”的合作态势，助推龙门县成长为广东一流、国内著名、国际知名的文化旅游名县。

## 1 做大做强农民画产业

龙门农民画是广东省唯一的农民画画种，至今已有 40 多年历史，经历了“政治化、艺术化、商品化、产业化”四大阶段。1978 年在广州文化公园举办的“龙门农民年画展”及 1987 年在北京中国美术馆举办的“龙门现代民间绘画展”具有里程碑式意义。目前，龙门农民画基本形成了集创作、收藏、展示、销售、培训、研发为一体的产业链条，产生了许多享誉海内外的优秀画家和作品。未来，可从如下四大方面加以提升：

### 1.1 孵化“龙门画”流派

强化龙门农民画协会的行业管理与服务职能，加强对龙门龙民画的学术研究，整合国内外行业资源和力量，研讨、创作、包装、推介“龙门画”流派，奠定龙门农民画在国内外农民画界的重要地位，力争载入国内民间艺术史；

### 1.2 加强人才培养引进工作

贯彻实施省委、省政府“扬帆计划”，积极落实市“天鹅计划”，组织实施“人才双高计划”，巩固提升农民画“一百千万”等人才工程，构建面向高层次人才“一口受理、全程代理、一站办结”的服务机制，继续推动少儿农民画培训班、骨干培训班及公益文艺培训工作，培育 10 个农民画培训基地示范点，健全人才激励和保障机制，通过租金税费减免、创新创业奖励、学徒费用补贴、开通“龙民”户籍落户快车道等形式，吸引国内外优秀专业人才的进驻、定居；

### 1.3 完善产业支撑体系

抓住龙门农民画创建广东省第一批公共文化服务体系示范项目的契机，制定实施《龙门县促进农民画产业发展扶持办法》等政策举措，进一步完善中国龙门农民画博物馆的创作、博览、交易、办公、休闲等功能，加快实施“八个一”工程，开展“名企、名师、名画、名店”年度评选活动；围绕“国家级农民画产业

示范区”的目标，通过“政府牵头、市场运作、协会监管、民众参与”的模式，搭建“产业园区+文化街区+创作基地+研究院+博物馆”的产业支撑体系，提升农民画产业化市场化发展水平，走上专业化、特色化、高端化发展路径。

## **1.4 开发衍生产品及旅游项目**

积极扶持农民画产业的产品创新与跨界合作行动，鼓励开发以农民画为特色的文娱体育用品、动漫周边、影视音乐作品、旅游纪念品等，引导农民画与景观农业、乡村民宿、温泉景区等项目的合作，鼓励龙城、龙田、永汉等有条件的镇街建设农民画村、文化创意产业园、大师工作室、创意市集、主题酒店等特色项目。

## **2 弘扬非物质文化遗产**

龙门县现有各级非物质文化遗产项目 12 项，其中省级 3 项，现有各级“非遗”代表性传承人 24 人，其中省级传承人 3 人，面临较为紧迫的保护压力。未来，建议从如下四个方面加以保护利用：

### **2.1 加强政府统筹力度**

由县文广新局牵头，县旅游局等相关单位积极配合，研讨、制订《龙门县非物质文化遗产保护和利用总体规划》，加强对非物质文化遗产项目及代表性传承人的保护与扶持力度；

### **2.2 加强品牌申报工作**

推动建立非物质文化遗产传承保护基地，组织申报省级“非遗”生产性保护示范基地和省级“非遗”教学研究基地，力争把传统习俗“舞火狗”申报为国家级非物质文化遗产项目；

### **2.3 加强非遗传承工作**

继续认定、命名代表性传承人并实施扶持政策，积极探索宗族传袭式、师徒式等有效传承机制，鼓励有条件的非遗传承人申请进入中国民间文艺家协会；

### **2.4 加强非遗开发力度**

加强对龙门非物质文化遗产的挖掘、研究、创新工作，在保护与传承前提下，鼓励企事业单位、社会各界与非遗传承人开展适度的商业合作，如将舞火狗、龙门山歌、龙石头醒狮等应用于动漫、影视、音乐等产品的创作中去，将虎头花灯

特色应用到现代灯具的工业设计中去，将农门农民画作为龙门县形象 LOGO 及本土品牌商标设计的重要元素，以此全面提升非遗项目的综合效益。

### **3 挖掘活化龙门老记忆**

龙门县现有 3 个中国传统古村落，50 处各级文物保护单位，其中省级文保单位 5 处，市级文保单位 11 处，县级文保单位 34 处，多数面临较大的保护与利用压力。未来，可以通过如下六个方面加以保护修缮与活化利用：

#### **3.1 加强政府保护力度**

精心编制和完善《龙门历史文物古迹保护规划》，全面开展文物保护单位的现状评估与历史追溯工作，以此为基础，争取为每个文保单位制定一个极具针对性的保护与活化方案，并明确指定县、镇、村政府责任人；

#### **3.2 加强保护修缮工作**

对接县市省乃至国家政策资金，全力推进永汉鹤湖围、廖金凤墓、功武村古建筑群、三寨谷明清造纸作坊遗址群等的保护修缮工作，尽快开展田心围、龙屋、荷花围、焕文楼等文物保护单位的抢救性维修工作，尽可能采取“修旧如旧”的方式对文保单位加以修缮，并协调周边建筑、环境风貌；

#### **3.3 加快品牌申报工作**

力争永汉鹤湖围成功申报国家级文物保护单位，完成三寨谷古代造纸遗址省级文物保护单位申报工作，争取申报国家级文物保护单位，力争列入年度国家“十大考古发现”名录。同时，鼓励永汉鹤湖围、龙华水坑村、功武村等有条件的乡村积极申报广东省乃至国家历史文化名村；

#### **3.4 积极整合社会力量**

通过策划“寻找龙门老记忆”、“评选龙门文物新八景”等系列全民活动，让民众参与到历史文化古迹的发掘、保护与活化工作中来，面向乡贤、侨胞及社会热心人士筹措资金，整合资源；

#### **3.5 孵化一批文物景点**

引导有条件的文保单位通过适当的改造升级，配套旅游厕所、导游讲解系统、停车场等基础设施，开展旅游接待工作，申报国家 A 级旅游景区。其中，省级以上文物保护单位需由主管部门（县文广新局、县旅游局）统筹文物景点的管理权

与经营权，市县级文物保护单位与历史建筑可视情况将管理权与经营权转移给市场化运作机构进行打理；

### **3.6 开展乡村文化旅游**

结合美丽乡村及“双到”扶贫等工作，合理整合县、镇及相关职能部门的人、财、物资源，基于“一村一品”的特色化、差异化发展理念，制定“打造一批、规划一批、储备一批”的行动方案，加强对文化古村的规划设计，全力挖掘好、保护好、推介好名人、名宅、名街、民俗等文化旅游资源，加紧推进老化、危化文保单位及周边建筑的保护与修缮工作，进一步完善旅游厕所、标识系统、停车场、游客驿站等基础设施，鼓励设计建设蕴含“龙”、“洞天福地”元素的文化景观小品，置入文化创意、工艺作坊、国学教育、艺术培训、特色民宿、美食娱乐等业态，力争创建一批中国乡村旅游模范村、模范户、致富带头人。

## **4 共建“愉悦龙门”品牌**

文化产业和旅游产业是龙门县扬名立万的奠基石，中国现代民间绘画画乡、中国民间文化艺术之乡、中国最佳文化生态旅游目的地、广东省旅游强县、中国温泉之乡等荣誉皆是因此得名。未来，可通过如下四方面打响“愉悦龙门”品牌知名度和美誉度：

### **4.1 谋划“文旅联姻”**

建立健全文旅联姻的体制机制，探索建设龙门县文化旅游发展委员会，加强县文广新局与县旅游局在顶层设计、规划设计、行业管理、企业服务、产业融合、人才培养、宣传推广、品牌建设等领域的合作；

### **4.2 加大品牌创建力度**

建立健全“全县一盘棋、党政统筹”的体制机制，加强全国县级文明城市、国家全域旅游示范区、国家中医药健康旅游示范区等县域品牌的创建工作，明确制定并实施年终目标考核机制，全面调动县镇政府、相关职能部门及社会大众的积极性和主动性，营造可持续、良性循环的产业发展环境；

### **4.3 扶持一批示范力量**

全面加强县镇乡文化建设，加快县“四馆”项目建设进程，引导新闻出版、广播影视和版权事业的健康发展，加大对本土龙头企业、专业人才和外来机构等市场化运作力量的奖励、扶持力度，力争打造出一批示范单位、一批体现龙门特

色的文化艺术精品，包括美术、音乐、微电影、戏剧、歌舞、广播剧和图书等优秀作品，使之成为龙门文化“走出去”的重要载体。

#### 4.4 加强宣传推介活动

围绕“愉悦龙门”品牌建设工作，由县文广新局、县旅游局等部门牵头，高效整合“政、产、学、媒、民”等资源，开展系列别开生面、深入人心的整合传播活动：（一）联合制定“愉悦龙门”形象 LOGO、主题曲、宣传口号、宣传片、宣传册等材料；（二）策划中国龙门画文化旅游高峰论坛、蓝田瑶族乡舞火狗文化旅游节、广东龙门文化旅游创新创业大赛等节事；（三）设计龙门县客家民俗采风精品路线，评选龙门文物新八景，打造一台以“愉悦龙门”为主题的山水实景演出；（四）组织文旅企业、协会和个人，在北上广深等国内外城市开展巡回展览、招商推介活动，积极参与国内外旅博会、文博会、非物质文化遗产、民间艺术等各式盛会；（五）研究并总结龙门县美丽乡村、特色小镇、文化旅游、经济社会建设各个领域经验，探讨、输出“龙门模式”，并将其融入“龙门画”流派的建设工作中，赋予“龙门模式”以现代人文艺术内涵，使之走出龙门、走出惠州、走向广东、走向全国、走向世界。

## 二、农业+旅游

农业是龙门县经济社会发展之本，也是旅游发展的重要支撑。未来可以通过实施“三农变三景”计划，促成“农业+旅游”的融合升级发展。

### 1 农田变景田

#### 1.1 打造农旅示范基地

目前，龙门县共有县级以上农业龙头企业 37 家，其中省级 1 家、市级 17 家；农民专业合作社 278 家，其中省级 5 家，市级 21 家；共有家庭农场 1434 家，省级 4 家，市级 2 家。农业生产总体规模大，单位多，但相对零散，缺乏有影响力的示范基地和龙头企业。未来从三个方面加以突破：（1）合理加大对龙头企业的扶持力度，设立财政拨付的示范项目支助资金，力争打造若干国家级龙头企业、家庭农场和农民合作社示范社；（2）推动家庭农场与农业龙头企业、农产品交易市场、零售商场、农民合作社等通过订单生产、直供直销、农超对接、利润返还等方式，建立长期稳定、利益共享、风险共担的农产品产销衔接机制和合同履行机制，参与农业产业化经营，推动农业现代化建设；（3）由县农业局、

县旅游局等相关部门联合行动，力争创建全国休闲农业与乡村旅游示范县，并引导有条件的示范基地和家庭农场创建市、省乃至国家休闲农业与乡村旅游示范点，或申报市、省级菜篮子工程。

## 1.2 创新农旅开发模式

农门县现有农旅项目开发模式较为单一，成熟案例不多。未来可从如下两方面加以突破：（1）坚持家庭经营在农业中的基础性地位，推进家庭经营、集体经营、合作经营、企业经营等共同发展的农业经营方式创新，鼓励承包经营权在公开市场上向专业大户、家庭农场、农民专业合作社、农业企业流转；（2）积极引导乡镇政府、农业企业、农民合作社等主体开展与旅游企业的广泛合作，积极探索“旅游企业（协会/旅行社/酒店/景区等）+农业企业+示范基地”、“旅游企业+乡镇政府+家庭农场”、“旅游企业+农业合作社+家庭农场”等开发模式，在客源共享、联合营销、土特产订购、精品线路设计等领域建立长期合作关系，提高农旅融合发展水平。

## 1.3 建设“龙产品”品牌

龙门县山清水秀、土壤肥沃，孕育了几十种农林牧渔特色产品，包括优质稻、粉葛、竹笋、淮山、蔬菜、年桔、粉蕉、青梅、杨桃、奇异果、火龙果、毛竹、胡须三黄鸡、肉猪、山坑石螺、原生态灵芝、金银花等，但多数农副产品以零散销售为主，缺乏自有品牌，缺乏对市场价格的控制权。未来可从如下三个方面加以突破：（1）加强县镇街政府对特色农产品的重视力度，以“顺喜来金粘米”、“岁岁红龙门年桔”、“南昆山牛奶”、“惠兴米”等为示范，力争每个镇街培育1个以上代表性农副产品，加快“三品”认证工作，鼓励麻榨粉葛等申报国家地理标志产品；（2）探索注册“龙产品”特色商标，由县农业局负责评估、授权、推介、监管等相关工作，产品质量过硬、企业信誉度高、市场口碑好的农业企业、农民合作社、家庭农场等可申请免费使用“龙产品”商标认证，统一打响龙门县特色农产品知名度和美誉度；（3）大力发展农产品电商，配套冷链物流基地，建设“龙产品”线上展销平台，鼓励农业企业、农民合作社和家庭农场主动与阿里巴巴、京东、一号店等生鲜电商平台建立合作，扶持农村淘宝站、淘宝村、淘宝镇的发展，进一步拓展农门农副产品的市场销售渠道；（4）鼓励有条件的镇街和乡村规划建设土特产市集、农副产品综合市场等集中展销场所，策划杨桃节、青梅节等中小型特色节事，引导农副产品销售点进驻周边A级景区、森林温泉酒店、旅游地产、乡村旅游点、高速公路服务区等场所；（5）启动“车尾箱工程”，对接县镇和农旅部门政策资金，扶持农副产品类旅游特色商品的开

发，引导本土农副产品加强品牌包装设计，融入本土文化内涵，提高产品溢价。

## 1.4 实施“一园一景”计划

龙门县现有农旅项目以美食购物、果蔬采摘等活动为主，游客体验较为单一。未来可以通过实施“一园一景”计划加以突破：（1）“休闲农业+研学教育”。鼓励省级龙头企业、农民合作社和家庭农场等，针对中小学生和都市人群，开展农业科普教育、客家农耕文化展示、冬夏令营研学旅游等特色活动；（2）“休闲农业+文化创意”。鼓励特色农产品示范基地、代表性家庭农场与农民画、舞火狗、客家山歌、醒狮等非物质文化遗产传承人或市场化运作机构合作，开展景观农业展览、非遗文化教学体验、山歌对唱、醒狮比武等趣味活动；（3）“休闲农业+婚庆摄影”。鼓励景观式家庭农场、花卉基地、竹木基地等达成与婚庆公司、星级酒店、摄影协会的合作，联合开展婚纱摄影、婚庆宴会、主题度假、线下线上相亲等主题产品；（4）“休闲农业+素质拓展”。引导周边山水环境较为壮阔的示范基地、家庭农场，联合各类运动协会、健身机构，以户外运动爱好者、亲子市场为主要对象，延伸开发竹海漂流、山地定向越野、户外露营、徒步竞赛、团队军事训练等趣味活动；（5）“休闲农业+养生养颜”。鼓励金银花、灵芝、淮山等品类的家庭农场，联合卫生医疗机构、健康咨询企业等，创新开发膳食调理、素食体验、中医药温泉、水疗 SPA 等中高端产品；

## 2 农村变景村

2015 年，龙门县人均 GDP 突破 5000 元大关，首次超过全国平均水平。然而，全年城乡居民人均可支配收入 14901 元，明显低于全年全国居民人均可支配收入（21966 元）。为实现与全市同步率先全面建成小康社会的目标，加快农村经济社会建设十分关键。乡村旅游作为扶贫富民重要引擎，可通过三步走发挥综合带动作用。

### 2.1 政策利好帮扶

通过如下四大方面，为乡村旅游发展打下坚实基础：（1）整合各级政策利好。整合省市和国家政策利好和专项资金，采取以奖代补、先建后补、财政贴息、设立产业投资基金等方式，进一步加大对休闲农业与乡村旅游业的扶持力度。全面推进农村土地承包经营权确权登记颁证工作，加快建设农村集体资产资源交易平台，保障农户宅基地用益物权；（2）探索“1+N”乡村旅游扶贫模式。将乡村旅游与扶贫双到、新农村建设等工作相结合，为每个乡村配套“一个对口帮扶单位和若干协调配合单位”，整合各级政府和相关部门的人财物资源，在规划设

计、项目招商、宣传推介、人才培养、基础设施建设等领域为帮扶乡村提供服务；

(3) 落实旅游用地指标。将休闲农业和乡村旅游项目建设用地纳入全县土地利用总体规划和年度计划进行合理安排，以国家相关法规为依据，鼓励利用荒地、荒坡、荒滩、垃圾场、废弃矿山及“三旧”项目开发旅游业；(4) 营造宜居宜游条件。继续推动“美丽乡村·三大行动”，逐步优化乡村生态人居环境，建立健全农村公共服务、基本医疗服务、公共卫生和电子商务体系，普及自然村“五通”工程，完善水利、文化、体育设施，加强美化、绿化、亮化工作。同时，以省旅游扶贫示范村为示范，逐步推广乡村旅游八小工程，包括一个旅游厕所、一个生态停车场、一个旅游购物点、一家民俗客栈、一家金牌农家乐、一个游客医疗站、一个游客咨询服务站和一个旅游富民宣讲站。

## 2.2 特色产业孵化

通过如下三个方面的工作，为乡村旅游营造良好的发展态势：(1) 打造特色农产品专业村。基于“一村一品”的发展理念，引导粉葛专业村、杨桃专业村、年桔专业村等各类专业村的发展，扶持各级农民专业合作社、家庭农场的发展，引导农业生产的规模化、机械化、园区化、企业化发展；(2) 延伸农业产业链。通过以奖代补、税费减免等方式，扶持圩镇及农村加工包装车间、电子商务平台、冷链物流集散站等产业配套的建设，逐步打通集种苗培育、种植、加工、包装、批发零售、电商物流等于一体的全产业链；(3) 丰富乡村旅游体验。推动龙门县农家乐协会、乡村旅游合作社的建设工作，引导农民参与旅游就业创业行动，扶持金牌农家乐、民俗客栈、乡菜馆、土特产购物店、手工艺作坊、农民画室、乡村营地、乡村酒店等业态的发展，鼓励有条件的乡村旅游个体户申报使用“龙门客栈、龙门宴、龙门祈福、龙门手信”品牌商标，鼓励有条件的乡村创建国家A级旅游景区、休闲农业与乡村旅游示范点等品牌，并主动联合周边景区(点)，科学设计和开发精品线路，共建共享全域旅游发展红利。

## 2.3 市场力量介入

通过如下三个方面的工作，让乡村旅游业走上快车道：(1) 引进市场化运作力量。整合县镇政府及相关部门资源，加强乡村旅游招商工作，探索“整村开发”模式，引导乡村旅游点与旅游投融资企业建立长期战略合作关系，充分发挥市场在乡村旅游资源配置、项目投融资、基础设施与接待体系建设、旅游市场开拓、日常运营管理等领域的决定性作用；(2) 加强乡村旅游人才保障。加大乡村旅游人才扶持力度，扶持旅游专业高等院校在龙门开设志愿服务、就业实践基地，扶持高等院校毕业生到龙门创业，加大对本土人才回乡创业的奖励力度，合

理加大创业小额担保贷款发放，整合旅游行业资源，全面开展乡村旅游人才培训  
工作；（3）探索可持续发展路径。贯彻落实五大发展理念，以打造主客共享的  
乡村旅游目的地为指引，全面普及“三不原则”，即是“不以生态人居环境为代  
价，不挑起或参与恶性竞争，不实施或包庇欺客、宰客行为”，逐步走上共建共  
享、良性循环的乡村旅游发展路径。

## **3 农民变景农**

### **3.1 加强农村社会保障**

将低保、双到扶贫、旅游精准扶贫等政策相衔接，完善乡村社会保障体系建  
设：（1）建立针对丧失劳动能力贫困人口的救助制度，建立健全农村留守儿童  
和妇女、老人关爱服务体系，全面普及农村医疗保险服务，合理加大对农村大病  
医保的补贴力度；（2）落实就业困难人员社保补贴政策，保障贫困户、农村“低  
保户家庭”就业，做好农民工和农村富余劳动力就业工作，落实税收减免、行政  
性收费减免、小额担保贷款等支持创业者的政策；（3）加大对革命老区、少数  
民族地区和偏远农村的政策倾斜力度；

### **3.2 开展农民技能培训**

通过整合各界资源和力量，加强农民技能培训：（1）设立教育培训基金。  
整合各级政府乡村政策资金，设立龙门县乡村旅游扶贫教育培训基金，用于乡村  
居民旅游就业创业的教育培训事宜。同时，依托国家金融扶贫政策，为适龄学子  
高等教育、村民旅游职业进修提供助学贷款、助学金支持；（2）对接高等教学  
资源。促成龙门县与广东省内涉农、涉旅、涉商重点院校的长期合作，包括中山  
大学、华南理工大学、华南农业大学、汕头大学、广东财经大学等，鼓励其在龙  
门县（旅游扶贫试点村）设立教学实践基地，提供优质毕业生，并组织专家学者  
不定期为当地旅游从业就业企业、村官、村民等提供教育培训服务；（3）组建  
志愿培训团队。面向全国涉旅、涉农、涉商的非营利性规划咨询、教育培训、慈  
善组织和个人，招募龙门县乡村旅游教育培训志愿团队成员，采取试点村巡回培  
训模式，提供协会建设、招商引资、市场推广、产品开发、接待礼仪、技术操  
作等丰富培训课程；（4）因人、因时、因地制宜的培训课程设计。根据社会身  
份、受教育水平、岗位职责和个人理想等因素，力求为每个培训群体量身定制教  
育培训课程。其中，对试点村村干部和旅游扶贫带头人主要进行政策指引、品牌  
创建、产品开发、市场推广等旅游经营管理培训，对乡村旅游经营户主要进行餐  
饮、住宿、休闲娱乐等旅游接待服务培训，对涉旅农户进行特色农副产品、工艺

品和旅游商品开发等实用技术培训。结合农忙农闲、旅游淡旺季和寒暑假等因素，合理安排旅游教育培训时间。建议将主要教学时间安排在每年入冬后、春节黄金假期前，日常培训则尽可能安排在工作日或周末夜间。

### 3.3 创造旅游就业岗位

因人制宜地设计就业岗位：（1）分批推进就业帮扶。引导乡村旅游点根据村民年龄、家庭人数、性别、受教育水平、劳动技能、收入水平及资产实力等因素，对村民就业、创业潜力进行综合评估，建立档案，制定分批就业帮扶计划；（2）重点发展5类就业岗位。以旅游景村为载体，建立乡村旅游运营商面向本地村民提供5类就业岗位，包括农业种养、票务销售、餐饮服务、安保环卫和接待导游。除提供劳务薪酬外，引导有条件的乡村旅游运营商根据就业者业绩表现，发放业务奖金；（3）重点扶持4个创业方向。重点扶持本土农民在农家乐、民俗客栈、农副产品加工包装和餐饮购物等4大方向的旅游创业行动，扶持家庭经营、集体合资经营等创业模式；（4）开展“致富带头人”评选工作。建议每年对乡村旅游就业、创业个体户进行业绩评比，甄选出一批表现优异、潜力较大的“致富带头人”。对其进行公开表彰和资金奖励，同时在岗位调整、教育进修、扩大生产（经营）等领域提供政策、资源、资金等实质性帮扶，加快其发家致富速度，成为致富表率，分享经验，发挥示范榜样作用。

### 3.4 增加旅游收入来源

丰富村民创收渠道：（1）参股分红。引导村民将土地承包使用权、宅基地和闲置房屋经营权、资金等私有资产作，或祖传秘方、非物质文化遗产记忆等技术，作为股份加入乡村旅游项目或乡村旅游专业合作社，以期获取年底盈利分红；（2）劳动收入。休闲农业和乡村旅游开发应当优先保障当地村民的就业安排，并基于国家法规合理设置劳动薪酬。村民通过与乡村旅游开发商或旅游合作社签订劳动协议，从事农业种养、票务销售、餐饮服务、安保环卫和接待导游等工作，按月或按周领取劳动薪酬。另外，建议有条件的雇佣方根据当月盈利情况和就业村民的业绩表现，适当发放业务奖金，鼓励村民勤劳致富。（3）商业经营所得。鼓励有一定资产、社会资源和工商营业执照的个体户，开展各类旅游创业行动，包括农家乐、民俗客栈、旅游商品门店、餐馆、酒吧等业态。有条件的个体户可建立与旅游合作社或开发商的业务合作，成为专业领域的中间承包商，包括农副产品采购商、物流承包商、环卫承包商等，以获取商业经营所得。

## 三、工业+旅游

工业和旅游业可以说是龙门“强县富民”的一双翅膀。未来，可以通过启动“2.5产业”革命，实施“2.5企业”计划，实现“工业+旅游”的全面融合发展。

### 1 “2.5产业”革命

#### 1.1 走向产业链高端

“2.5产业”作为经济新常态背景催生的新型产业，融合了生产与服务属性，重点强化第二产业中附加值较高的环节，包括上游的研发设计和下游的营销、结算，延伸配套第三产业的售后服务、旅游接待、会展等功能。通过抢占产业链“微笑曲线”的两端，强化市场竞争力，以此提高产业综合效益。

受交通运输、环境保护、用地限制、城乡配套等历史因素的影响，龙门县工业发展相对滞后，以低端产业、产业链低端为主要特征。在后工业化时代来临背景下，龙门县向高端产业进发的潜力较一般。但抓住国内消费升级及珠三角产业转移契机，引导本土特色产业向产业链高端转型升级的潜力无穷大。也即是说，“2.5产业”或将成为引领龙门经济社会跨越发展的新动力。

#### 1.2 布局2.5产业园

贯彻落实市委市政府提出的“扬生态之长，补工业之短”重要指示，加快龙门县“一区、四园、六聚集区”工业版图的规划建设进程。建议从如下三方面加以突破：（1）以产业园区为载体，重点扶持珠宝首饰、农副产品加工、食品饮料、粮油加工、竹木加工、中医药材加工、旅游特色商品与装备制造业等具有龙门特色的产业；（2）建议设立龙门县“2.5产业”专项扶持基金，以龙田益力矿泉水、南昆山乳业、龙潭昆竹酒业、龙城广东奥蜜、龙潭镇竹木加工产业园等为先行示范基地，引导特色工业向产业链两端延伸发展，加强在研发设计、品牌包装、电商物流等环节的投入力度，创新开展工业旅游、会展贸易等业务；（3）引导有条件的乡镇创建2.5产业园，引导有条件的园区和企业策划或承办行业博览会、旅游购物节等节事活动，积极创建省市乃至国家工业旅游示范点等品牌；（4）鼓励利用废弃工业遗址、矿区，建设工业遗产公园，引导有条件的“三旧改造”项目，进行业态“腾笼换鸟”，打造电子商务基地、文化创意产业园等2.5产业园。

## 2 “2.5 企业” 计划

### 2.1 孵化工业旅游试点

所谓 2.5 企业，即是以生产、加工为主要业务，以旅游接待、会议展览、商务贸易等为延伸，具有更强的市场竞争力和跨界整合能力的新型企业。未来，龙门县可以从如下两方面加以突破：（1）逐步推动政府职能从管理向服务转变，充分发挥市场对资源配置的决定性作用，加大对 2.5 企业的扶持力度，尤其是在企业产品与技术创新、扩能增效、品牌包装、电商物流等领域，力争培养一批 2.5 产业龙头企业；（2）建议以龙田益力矿泉水、南昆山乳业、龙潭昆竹酒业、龙城广东奥蜜等龙头企业为示范，加大对工业旅游的扶持力度，引导有条件的企业探索“企业展馆+参观车间+产品展销+教学体验”的工业旅游开发模式，并加强与旅行社、星级酒店、旅游景区、休闲农业与乡村旅游点的交流合作，在客源共享、联合营销、精品线路设计等领域建立长期合作关系，积极申报县、市、省乃至国家工业旅游示范点，或创建国家 A 级旅游景区。

### 2.2 成立工业旅游联盟

当前，龙门旅游业正逐步从景点旅游向全域旅游过渡。工业旅游虽处于萌芽阶段，但也要有“后来者居上”的理念，充分发挥后发优势，走品牌化、线路化、抱团化的发展路径。未来可以从如下三个方面加以突破：（1）借鉴珠三角工业旅游发展经验，在龙门县旅游协会下，成立龙门工业旅游联盟。基于“政府指导、行业自律”的运作模式，逐步建立健全工业旅游行业标准和工业旅游试点准入门槛；联合县市旅游部门，制定并实施工业旅游扶持办法；（2）加强工业旅游行业管理与服务，引导 2.5 产业和配套园区的发展，扶持新一批工业旅游试点，逐步促成联盟成员在企业合作、联合营销、客源共享、线路整合等方面的长期合作；（3）主动对接县、市、省旅游协会和旅游主管部门，加强龙门工业旅游景点与本土森林度假、温泉养生、休闲农业、乡村旅游等各类旅游景点的合作，力争纳入龙门县乃至区域精品旅游线路体系，共建共享旅游市场蛋糕。

## 四、教育+旅游

教育决定未来。在龙门全域旅游“走出去·引进来”的历史进程中，教育事业将成为重要动力。未来可以通过如下三方面，实现“教育+旅游”的融合发展：

## 1 开展“教旅联谊”活动

积极促成县科教局、旅游局和文广新局的密切合作。切实推进“非遗进校园”、“文保校园展”等主题活动，全面开展农民画技艺、客家山歌、醒狮表演等民间技艺的兴趣教学活动，展示弘扬龙门县历史文化和龙门人精神，使之成为校园文化的一部分，激发本土学子对龙门县、龙门旅游自豪感；探索开展“师生出校游”等活动，结合爱国主义教育、党建活动、冬夏令营及研学旅游等形式，引导学校师生乃至家长，走进七星岗老城、走进文化古村、走进蓝田瑶族乡、走进旅游景区、走进乡村农家乐，使之成为感受龙门旅游、宣传龙门旅游的重要力量。

## 2 联合开展教旅人才培养

加强与珠三角地区高等院校的合作，引导其在龙门境内开设教学实践和志愿服务基地，聘请知名教授开设工作站，参与龙门旅游规划设计、学术研讨、人才培养等工作；鼓励县镇政府和各类旅游企业，以本土院校为据点，合理利用教育资源（教师、课室、信息化设备等），开展旅游就业创业的人才培训工作；引导各类院校协助当地镇街、乡村开展人才培训工作，鼓励当地教师利用课余时间兼职培训工作；引导有条件的院校针对本地居民开设培训班，在消除文盲、普及普通话、卫生文明教育、环保教育、数学计算及计算机操作等领域发挥重要作用；引导旅游企业加强对当地义务教育、教育扶贫的关注与帮扶力度，鼓励有条件的旅游企业在当地院校开设助学金、奖学金，并优先为本土成年的贫困学生、退学学生提供兼职、就业机会。

## 3 开设研学旅游示范基地

加强对龙门县历史文化的研究，传承和弘扬重教兴文传统。对接文化、教育、旅游等各类政策资金，加强对各类院校的扶持力度，恢复重建龙门学宫和各地社学，包括龙城街星冈书院、永汉镇日新社学及道平社学、龙华镇南平社学、龙华龙溪私塾、麻榨镇敬业社学，龙潭镇雅创私塾等，作为当地文化馆、村史陈列馆等；引导有条件的单位开展研学旅游、文化教育、人才培养等工作，积极创建县、市、省研学旅游示范基地、国家 A 级旅游景区等品牌。

# 五、体育+旅游

近年来，龙门县体育事业茁壮成长，培养出了以“奥运小公举”黎雅君为代表的一批体育健将，也通过举办广东省汽车丛林越野赛、全国公路自行车冠军赛

等大型赛事，提升了龙门县的知名度。未来，可以从如下四方面实现“体育+旅游”的融合发展：

## **1 加快完善体育设施**

加快龙门县现代体育设施建设进程，完善竞技型、休闲型等各类体育活动的的环境设施，充分发挥龙门县体育馆的人才培训、赛事活动示范价值，加强龙门县业余体校及相关院校的训练基地建设；以 S119 等旅游公路的建设为依托，规划建设龙门县绿道、自行车道、登山栈道，鼓励有条件的镇街、乡村、院校建设体育馆、体育广场、田径场、健身公园等设施，引导健身俱乐部、体育用品店的发展；

## **2 加强体育人才培养**

加大对龙门县体育事业的扶持力度，主动对接省市体育局，达成与惠州市体育学校、广东省二沙体育训练中心等机构在人才培养等领域的长期合作关系，以龙门县业余体校示范，加强相关院校的体育人才培养工作，鼓励开设各类体育兴趣班、军事训练营、阳光体育运动、足球进课堂等。加大对黎雅君等体育健将的关爱、扶持力度，考虑聘请黎雅君作为龙门县体育事业形象大使，兼职龙门县中小学生举重教练，参与体育旅游宣传事宜。

## **3 积极策划体育赛事**

积极对接省市体育局、国家体育总局和各地体育协会，依托龙门县山水环境、交通路网和体育设施等，策划汽车丛林越野、公路自行车、铁人三项、龙舟竞技等大中小型竞技体育赛事，策划荧光夜跑、乡村自行车、田园足球赛、登山节、竹海漂流等中小型趣味赛事，使之成为宣传推介龙门旅游的重要窗口。

## **4 创新体育旅游业态**

整合龙门县山水环境、旅游景区（点）和体育设施等资源，联合各类运动爱好者协会、社群及旅行社等旅游企业，创新开展山地自驾游、自行车游龙门、户外徒步露营、冬夏体育培训营、森林定向越野、团队军事素拓等体育旅游业态，策划体育旅游精品线路，使之成为丰富游客体验的新载体。

# 第五篇 供给侧改革

# 一、旅游交通升级

龙门地处山区，交通闭塞。明清时期以水运为主。1985年，龙门县与邻县公路初步网络化，情况好转。直到2012年，广河高速公路惠州段全线通车，龙门进入高速时代。十三五时期，龙门将逐渐形成“两横三纵一支”的高速公路网，全面融入珠三角一小时通勤圈。

## 1 陆上跃龙门

### 1.1 旅游集散体系

通过高速公路实现龙门与周边地区机场、高铁站及火车站等集散港的对接，形成“2+4+N”的集散体系。

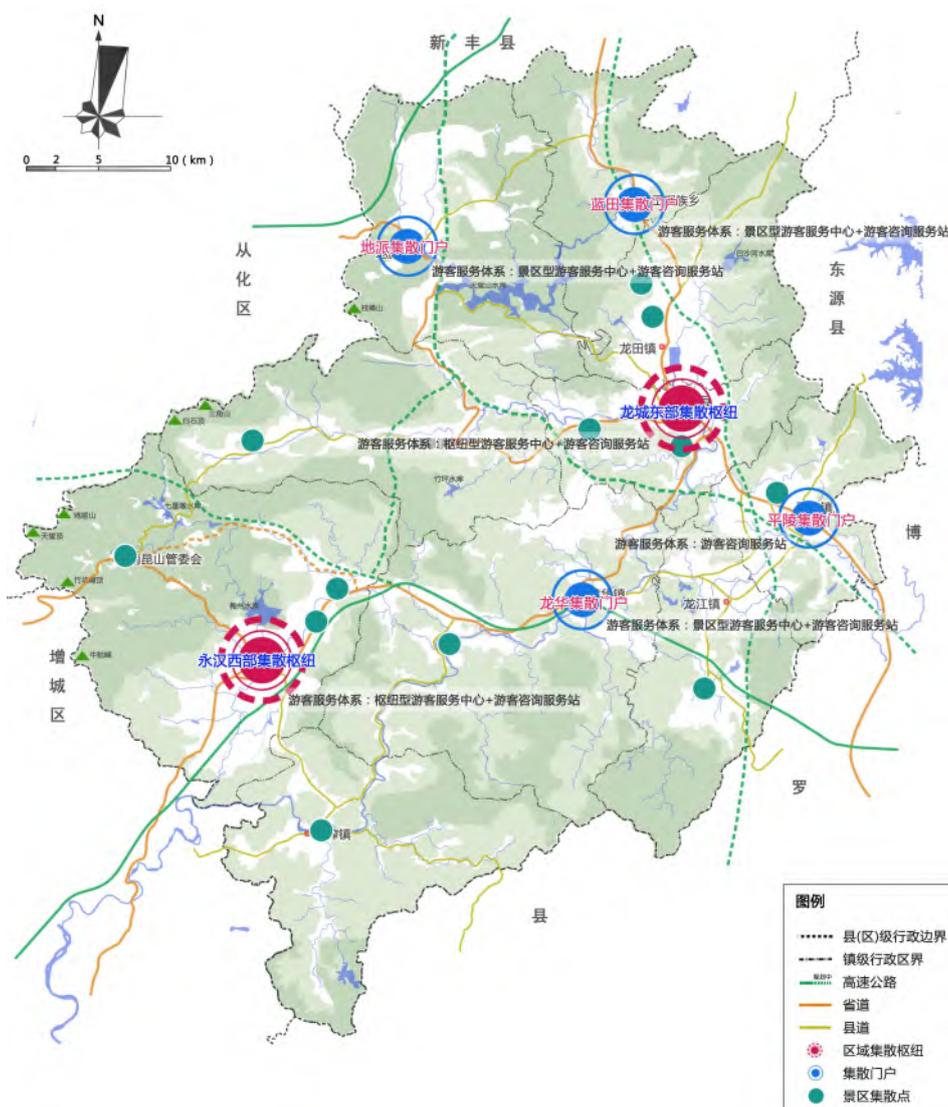


图 5-1：旅游集散指引图

### （1）两个区域集散枢纽

**西部集散枢纽：永汉。**以“TOD+PPP”发展模式，优化交通条件及圩镇接待环境，打造成为环南昆山旅游组团的集散枢纽。完善广河高速公共交通接驳设施，快速推进南油公路的建设，主动配合汕湛高速的推进工作，对接落实广河高铁及永汉高铁站的建设，全面提升永汉镇的交通条件。近期可落实“一站迁移一场建设”、“三大出口改造”及南油公路建设，提升永汉的交通集散能力。同时，建议永汉车站迁移至 S119 与 S355 交叉处，并设立枢纽型游客服务中心。另外，以建设温泉旅居小镇为指引，结合副中心建设工作，将永汉打造成为龙门形象展示窗口和温泉度假地标，集交通集散、宣传推介、游客服务、餐饮购物、休闲娱乐等功能于一体。

**东部集散枢纽：龙城。**抢抓中心城区扩容提质的契机，大幅提升城区对外交通集散功能，作为环县城休闲组团的集散枢纽。近期推进龙门新汽车客运站、S353 龙门至水贝段、西环路西埔至水贝段、龙门至新回龙公路建设，加快武深高速龙门互通口建设，提升龙门县内外交通衔接能力。同时，合理规划建设枢纽型游客服务中心和游客驿站，优化游客服务体验。

### （2）四个集散门户

抓住武深高速、汕湛高速、韶惠高速、大广高速的建设机遇，将平陵、龙华、地派、蓝田打造为龙门旅游集散门户。通过景区型游客服务中心、游客咨询服务站的规划建设，提升交通门户的旅游集散功能。

### （3）多个景区集散点

在温泉景区、度假村、休闲农业园及乡村旅游点等布点建设，主要承担镇际和镇区内部旅游集散功能。以“政府引导、市场运营”的模式开展，提供游客服务、咨询投诉、宣传推介、停车场服务、自行车租赁、观光巴士车乘坐等基本服务。

## 1.2 愉悦自驾游

为迎接自驾游时代，建议龙门县打造“一环四线”的自驾游线。



图 5-2：愉悦自驾游线路示意图

### (1) 县域山水自驾游环线

打通 S119-S244-X220-S353-X222-S14 外围环线，对接“两横三纵一支”的高速公路网，联动龙城、龙田、蓝田、地派、龙潭、南昆山、永汉、龙华等 8 个乡镇，串联龙门老城、尚天然温泉、龙门铁泉、瑶族风情园、地派温泉、桂峰山、天堂湖、南昆山、南昆山温泉大观园、香溪堡等景点。以旅游风景大道建设为重点，以 S119 永汉—沙迳段为示范，整合“省道—县道—乡道”三级体系，加强沿线自驾车营地、标识系统、服务驿站、旅游厕所等基础服务设施建设。

### (2) 区域自驾游干线

以自驾游线为纽带，加强与博罗、增城、从化、河源的旅游合作，强化区域旅游合作水平。（一）名山度假自驾游。对接推进龙博大道建设，打通两山自驾互通基础，打造“日游罗浮，水湾休闲，夜宿南昆”的自驾游线路。（二）森林温泉自驾游。以 S353、S355、G105 为纽带，串联桂峰山、地派温泉、龙门温泉带、流溪河、从化温泉谷、增城温泉区，形成“赏山水，沐温泉”的自驾游线路。（三）祈福自驾游。以 S119 为载体，加强自驾游服务体系，打造“跃龙门，修正果”自驾游线路。（四）天堂山水自驾游干线。提升优化 X191 通行质量与道路景观，打通龙门联通万绿湖的快速旅游通道，形成“游山玩水”自驾游线路。

### 1.3 生态观光线

**旅游巴士线：**对接龙门城镇公交体系，设计不同主题、不同长度的观光巴士线路，包括短程的森林观光、农业休闲线路，中程的田园乡村、农民画游线路，远程的森林温泉度假线路。

**山地小火车：**贯彻落实《珠江三角洲地区一体化规划（2014—2020）》，对接推进南昆山—罗浮山旅游一体化，探索山地小火车的建设，形成“日游罗浮—夜宿南昆”的山地小火车观光线路。远期可进一步延伸龙门县内线路，串联十里水湾、永汉、南昆山、天堂湖、桂峰山等主要节点，成为龙门旅游体验的一道靓丽风景线。

## 2 水上跃龙门

龙门因水而名，水是龙门魅力不可或缺的重要部分。建议以城镇水岸、乡村水岸、生态水岸风景为基底，打造城镇水上活力线、乡村水上文化线和生态水岸风景线。

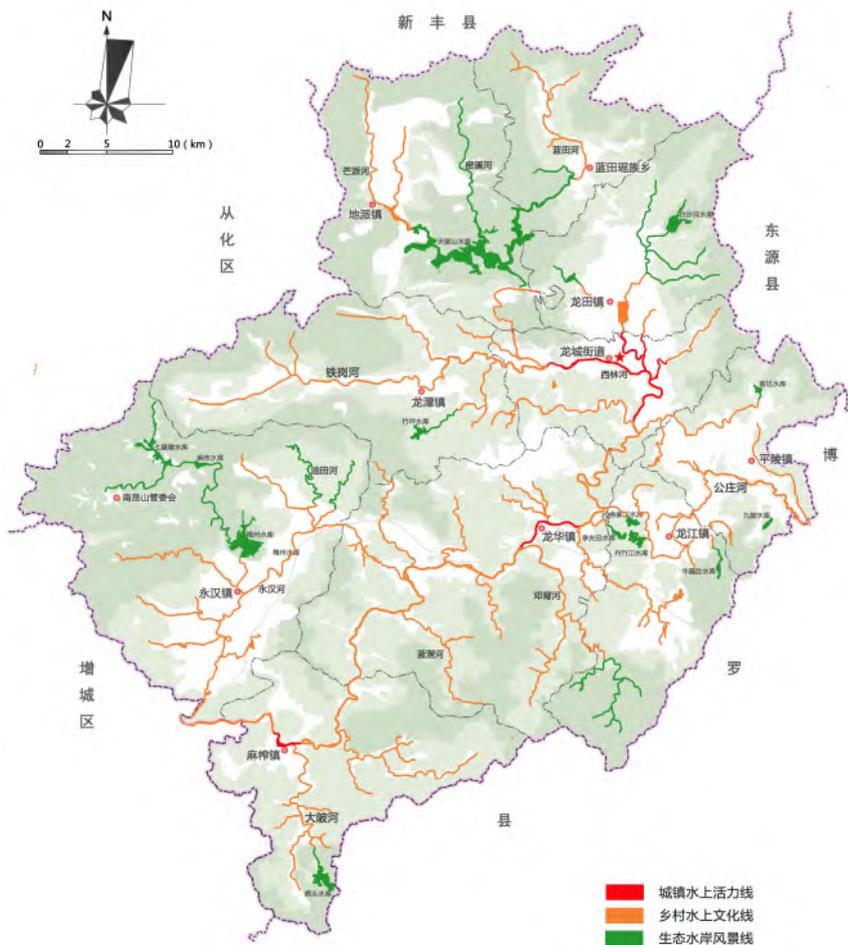


图 5-3：水上跃龙门示意图

## 2.1 城镇水上活力线

以西林河段、龙华城区段、麻榨城区段为重点，提升城市魅力及宜居品质，打造有时代格调、有乡愁气息、有精神活力的城镇水岸游线。

——**点燃城镇发展活力**：强化河道两边的居住社区、产业园区、休闲街区的景观意象表达，营造城镇水岸基底；提升河道两岸绿化景观建设，可以提取“客家文化、农民画文化”的元素，在亲水平台、公共广场、景观小品、游憩设施上予以体现；优化水上动线，以木帆船、皮划艇作为水上游线的载体，融入龙门节庆表演等元素，激活城镇生活和休闲活力。建议由体育局牵头，与水务局进行沟通，先行在西林河段启动西林夜游及皮划艇项目，建立多部门协调管理机制，保障水上安全、河道保护、秩序维持等。可引进专业皮划艇运动员及俱乐部，结合城市休闲、体育运动等业态，开展静水及激流回旋等皮划艇运动项目，打响龙门特色水上运动品牌。

——**点题城市时代格调**：高水准规划设计龙门中心城区和龙华镇区、麻榨镇区，通过亮化、立体绿化设计和水景设计之间的互相协调，提高整体环境品质；并注重多元配套和景观廊道、绿地景深的营造，融入后现代城市格调，与周边地区的乡村必要的风格区分。另外，采用“人文景观+休闲业态”模式，融入现代城市文化，吸引高端消费人群和项目业态的进驻，树立时代城市气质。



图 5-4：城镇水上风景意向图

## 2.2 乡村水上文化线

以提升乡村生活和休闲品质为统领，以“江水绕村竹林绿，农产品甜笑容美”为意象，以铁岗河、龙门河龙城—龙华段、龙门河龙华—麻榨段为重点，打造有自然美感、有文化底蕴、可持续化的乡村水岸。

——**优化自然景观格局**：从河堤防洪功能向休闲、游览功能转换，切实结合小流域综合治理工程及三防要求，加强采砂管理，推进乡村内河涌的整治工作，实施清淤、护砌和防渗处理及改造渠系建筑物等，优化堤岸建设。重视生态平衡

与水土涵养等重要问题，充分考虑到沿线森林、田园、滩涂等自然肌理，以“保护梳理为主，生态建设为辅”，在原有的基础上进行提升改造，驳岸随岸线自然走向；坚持生态系统的平衡，形成内部可持续发展的循环系统，减少污染与垃圾排放。另外，充分运用景观的植物群种结构，利用空间手法形成富有个性、因地制宜的绿化景观，绿化树种应尽量利用乡土树种和特色树种。

——**延续乡村人文氛围：**着重考虑河流流经地段的文化内涵差异，控制并协调两岸人居环境，尤其是建筑风格、建筑色彩、墙体外轮廓及立面等。重点加强对祠堂、桥梁、老屋等的保护、修复与活化，以“观水、亲水、戏水”理念为先导，合理设置亲水平台、滨水栈道、游船码头等配套，并融入乡土文化元素，丰富水岸人文内涵。

——**承续水运商埠文化：**推进河道的水环境治理，营造良好的水生态环境。以功武渡、香溪渡、沙迳渡等古渡口为水上游船基地，延续水运商埠文化，串联香溪堡、十里水乡等滨水旅游项目，做活农业休闲、乡村旅游、生态度假等业态。



图 5-5：乡村水上风景意向图

## 2.3 生态水岸风景线

以建设水生态环境保护、水资源保障为统领，以“湖岸清流百花盛，绿林飞鸟烟朦胧”为意象，以天堂山水库、梅州水库、七星墩水库、白沙河水库等为重点，打造有体制机制保障、有自我净化能力、有景观层次感的生态水岸风景。

——**强化机制保障及自我净化功能：**加强水生态环境保护工程建设，对于天堂山水库、梅州水库、白沙河水库等实施最严格的水资源管理制度管理，一般的湖库则开展生态修复，确保生态水岸基底完整。通过新造林、改造原有林、封育管护和加强抚育等措施，改种根系发达、蓄水固土能力强、能改良土壤的荷木、樟树、枫树、阴香等乡土阔叶树，不断强化上游水源涵养林的建设力度；疏通所有河道、湖泊和池塘，清除污染养殖场，恢复并强化生态环境的自我净化功能，确保水体保持在二类水质标准。

——**营造立体景观意象**：结合森林旅游、乡村旅游项目的开发，推进绿道的建设；合理控制水岸周边水利设施的风格、色彩等，通过协调山体坡度与树种空间关系，注意展现层次变化，质感变化、色彩变化、季相变化、图案变化等，综合营造层次丰富、视野开阔的立体景观意象。

——**铸造高端滨水度假**。结合中航银湖项目建设，考虑在七星墩水库设置水上游艇基地，丰富南昆山森林度假体验，撬动广州、深圳、东莞等地高端度假市场。



图 5-6：生态水景意向图

## 3 空中跃龙门

### 3.1 天路十八弯

以龙门天堂顶（1210 米）、桂峰山（1085 米）、牛牯嶂（1070 米）、白石顶（1068 米）、竹坑嶂顶（1021 米）、三角山（1036 米）鸡唠山（1033 米）等七座千米高峰为核心载体，进行登山步道建设。以健康旅游为导向，将“走天路，跃龙门”整体推向市场，将传统的户外登山同旅游、健身结合，促进中医药健康旅游示范区建设。路径沿线可设置休息站、露营区、接待站、报警点、垃圾处理系统等辅助设施，步道的修筑以保持山间天然路径原始现状为基础，大部分路段稍加清理、修整即可。根据沿途的自然风景和植被，建成具有健身功能的落叶步道、砂石步道、木栈道、砾石道等。

近期可围绕南昆山生态旅游区，以天堂顶为重点，进行“天路”登山步道建设，而后推进桂峰山、分塔山、丫髻山的登山步道建设。另外，规范登山步道建设，打造成为省、国家级登山运动训练基地，每年可定期举办中国登山户外运动技能资质大赛等。



图 5-7：森林步道意向图

### 3.2 飞跃天堂顶

抓住国家低空空域改革政策的机遇，抢占惠州地区低空旅游高地，对接广州、深圳、香港低空旅游市场，扩大市场覆盖面，特别是高端商务游客及小型旅游团队。加强森林树种、林相保护，选取较大规模、风景秀丽的田园开展大地景观营造，并可引导乡村、农业园开展低空飞行停靠点设置，丰富旅游体验，衍生低空飞行产业链。近期可选址南昆山设置直升机场（具体位置进行专题研究确定），开发低空飞行旅游，尽览三类风光。

——**森林云海风光**：以南昆山为起点，顺时针环绕龙门县，体验穿越云海，观赏群山起伏，体味林海景观。

——**河谷田园景观**：由西向东至北，沿龙门河逆流而上，叹奇河流蜿蜒，俯瞰田园乡村，欣赏河谷农业风光。

——**名山庙宇道观**：以南昆山为起点，经过天堂顶，穿过正果，到达罗浮山，由北逆时针飞跃南昆山、正果镇、罗浮山，遍览名山大川、庙宇道观。

### 3.3 云海揽胜景

主动积极与索道集团进行接洽，开发森林索道旅游新业态。对天堂顶（1210米）实施保护（允许登山登山步道开发），近期以南昆山牛牯嶂（1070米）、竹坑峰顶（1021米）、鸡唠山（1033米）、白石顶（1068米）、三角山（1036米）等五座千米高峰为主体，遵循景观生态学的原则，局部以登山步道为连接，打造线性森林索道旅游空间。综合考虑对生态环境及景观资源的影响程度，与景区交通的联系程度，索道建设的隐蔽性、安全性、舒适性要求，站点、支架及线路尽量选址于人造林、山谷，避免对南昆山造成“视觉破坏”；站房采用生态建筑风格，强调建筑与周边自然环境融为一体。建议采用“索道+营地+景区”的模式，融入低空旅游、森林露营地、休闲娱乐、度假山庄等业态，进行综合开发。



图 5-8：森林索道意向图

## 二、旅游产品升级

通过对龙门旅游产品体系升级,丰富龙门旅游产品结构,实现从“门票经济”向“目的地经济”的转变。

### 1 十大旅游产品

#### 1.1 目标导向

**做大到访游客规模。**龙门旅游产品开发,应当通过个性鲜明、包容性强的拳头产品,提升大众市场知名度和吸引力。另外,也应重视形式新颖、差异化大的特色产品,锁定小众市场。综合开发大众市场和小众市场,全面提高旅游市场规模。

**延长游客逗留时间。**龙门旅游应该重点盘活温泉、森林、民俗、乡村板块,提供多元化的旅游产品组合,不断丰富游客体验,设法留住游客,争取达到三日游、五日游程度,真正崛起为国际性的旅游目的地。

**提高游客消费水平。**游客消费水平是衡量旅游发展程度的重要标准。龙门旅游应该避开门票经济误区,重视高端旅游产品的经济拉动效应,合理加大培育力度。同时,在打造大众化旅游产品时,有意识地提供付费型旅游服务,并鼓励旅游特色商品的开发,力争旅游消费超过惠州市和广东省平均水平。

#### 1.2 产品体系

结合龙门旅游基底及现状,创新性打造“白+黑”十大旅游产品体系。

表 5-1：旅游产品体系发展指引

类型	名称	落地指引
白	山水悠游	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 挖掘南昆山天堂顶作为广州龙脉的起点的自然优势，结合南昆山度假客及本地人的休闲需求，打造登山天路；同时也可作为龙门旅游形象宣传推广的一个载体。</li> <li>◆ 发挥临近珠三角的市场优势，可以策划马拉松、自行车等体育旅游活动等。</li> </ul>
	田园观光	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 主动对接国家和省市在农业互联网、休闲农业等领域的最新政策，建立农业旅游协会，加强平台建设和农业园区化发展，扶持景观农业等新业态。</li> <li>◆ 以“休闲农业+”的模式，统筹龙门农业园区的差异化发展，丰富龙门休闲农业产品内涵。可考虑与健康养生、文化艺术的结合，催生农业休闲新业态。</li> <li>◆ 发挥农村淘宝电商平台作用，做活线上营销。同时紧抓线下推广销售，以“线下体验，线上销售”的模式，促进旅游购物繁荣。</li> </ul>
	祈福礼佛	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 加强龙岩寺、万寿寺保护与修缮及文化节庆包装，结合入学晋升、健康长寿等主题策划龙门新业态。</li> <li>◆ 与养生养老相结合，在城市周边引进健康医疗、养老地产等高端项目。</li> <li>◆ 把宗教信仰与自然生态、文化风情有机融合，统筹历史老城、民俗文化、田园森林生态、福地文化等，丰富旅游体验，谋划“龙门祈福”品牌建设。</li> </ul>
	美食购物	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 搭建“美食街+美食店+夜市”的体系，引导餐饮业的多样化、规模化、全时化发展；鼓励零售业、休闲娱乐向美食等业态集聚，打造休闲街区，实现互相带动发展。</li> <li>◆ 以“品牌化”发展理念，建立“龙门宴”品牌，提升龙门美食品质，传承龙门美食文化。</li> <li>◆ 建立“龙门手信”旅游商品品牌，以品牌引领龙门山水特产、农副产品、工艺品及特色美食的品质化发展，以“车尾箱”工程增加农民收入。</li> </ul>
	文化采风	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 对接市场发展态势，满足广大游客的摄影采风的需求，延迟停留时间；在景观营造、小品设计等方面体现龙门文化特色，作为龙门的一种推广方式。</li> </ul>

类型	名称	落地指引
		<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 瞄准专业摄影人群，适时举办南昆山、龙门民俗、百年古村等摄影节庆，提高龙门旅游形象。</li> <li>◆ 依托农民画、竹木文化、客家美食文化等，引导农民画文化街、竹木工艺街、美食体验街等特色街区的发展，丰富游客消费体验。</li> </ul>
黑	夜沐温泉	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 制定温泉资源保护整治标准，保证温泉资源的可持续发展利用，尽量杜绝“私泉”现象，维持温泉市场秩序。</li> <li>◆ 以“养生”为内核，采取“一汤一色”的差异化发展模式，推进温泉十三汤的升级提质，满足不同客户的多样化需求。</li> <li>◆ 发挥温泉养生的核心吸引力，引导休闲购物、文化娱乐、特色美食等新业态的集聚发展，向旅游特色小镇方向发展。</li> </ul>
	火舞乡居	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 以花围村、蓝田瑶乡为载体，深度挖掘舞火狗、农民画为代表的乡村民俗文化，以“景观性、体验性、产业化”的发展理念，提升乡村民俗产品的档次与内涵。</li> <li>◆ 基于“内核保护、田园渗透”策略，完善村落内外旅游基础设施建设，逐步引导研学、文化演艺、精品美食、乡村度假项目的集聚集约发展。</li> <li>◆ 可以以“龙门客栈”为品牌，出台专项政策扶持民宿发展，加强环境整治，以家祠、老宅等为载体，鼓励特色民宿的发展。</li> </ul>
	老城夜市	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 挖掘龙门老城老街的 520 年的历史，以打造龙门城市中央文化区的目标，通过厘清产权、老城复建、设施完善、功能置换、景观营造、灯光设计等逐步转变现有老城气象，打造文化休闲不夜城。</li> <li>◆ 契合农民画、非遗文化的发展，以体验式消费为主导，设置工艺作坊、工艺品店、农民画室等，作为展示体验龙门历史文化魅力的重要窗口。</li> </ul>
	森林度假	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 必须坚持生态保护优先，制定系统的森林生态保护体系，包括林相、树种、灾害防治等方面；与珠三角及港澳地区庞大的游学旅游市场对接，建立实践基地。</li> <li>◆ 持续完善公共配套体系，特别是垃圾及污水收集处理、水电保障、交通条件、游客服务等。</li> <li>◆ 积极引导现有的度假酒店或度假村开展设施升级，并在南昆山服务区推进餐饮、休闲娱乐等业态的完善，丰富度假旅游体验。</li> </ul>

类型	名称	落地指引
	山水印象	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 引导西林河沿岸的景观风貌升级发展，推进水生态环境整治、乡村旅游开发等工作，立项研究“西林夜游”项目，逐渐掀起水上游热潮。</li> <li>◆ 联动龙城、龙华、麻榨，加快推进现有龙门河滨水旅游项目，构建龙门河百里水岸旅游风情带。</li> <li>◆ 采取“政府搭台、企业唱戏”的运作方式，结合历史传说、自然生态印象、民俗文化等，策划龙门河山水文化演艺长廊，举办特色文化节庆活动，唱响龙门故事。</li> </ul>

## 2 九条精品线路

### 2.1 设计原则

**主题化。**线路的设计应以市场需求为导向，围绕中心主题展开，合理整合相关资源，塑造统一、鲜明的线路形象。并在游客出行过程中，不断强化主题色彩，塑造深刻、正面的游客印象，创造市场口碑，激活链式反应。

**精品化。**线路设计应以追求游客满意度为目标，整合最优质、最具有市场吸引力的产品和服务。同时，综合考虑出行需求，如进入性、服务设施、时间安排等。从游客角度出发，注意落地执行细节，创造最佳的出行体验，并不断改善升级，成长为精品线路。

**多样化。**线路设计要充分考虑线路多样化。包括内容的多样化，在主题引导下整合多元化的产品；形式多样化，兼顾不同游客的不同需求；同时，能够嵌入到本土和区域精品旅游线路中，既突出个性，也与其他线路兼容互补。

### 2.2 线路设计

#### (1) 龙门旅游精品线路

基于龙门旅游资源本底及市场需求，设计五大精品线路。

表 5-2: 龙门旅游精品线路设计一览表

类型	节点安排	线路设计指引
温泉养生 健康游	核心节点: 龙门铁泉、尚天然温泉、云顶温泉、地派温泉、南昆山温泉大观园等 延伸节点: 富力温泉养生谷、依云四季、南昆山居、庄家庄温泉、庄上庄温泉、林丰温泉等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 以“一汤一色”的开发思路对温泉进行提质升级, 塑造“温泉十三汤”品牌, 提升龙门温泉旅游形象。</li> <li>◆ “温泉十三汤”内部建立客源信息互通渠道, 以自驾客及旅行社为重点, 探索优惠共享机制, 联手提升游客体验, 增加游客粘度。</li> </ul>
森林度假 休闲游	核心节点: 十字水生态度假村、云天海原始森林度假村、高山别墅等 延伸节点: 丹枫寨度假村、桂峰山旅游度假区等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 瞄准自驾客, 引导现有的度假区开展设施升级, 完善购物餐饮、休闲娱乐等业态布局, 丰富旅游度假体验。</li> <li>◆ 景区可共同筹资开展区域基础设施配套建设升级, 特别是在水电保障、污水处理等方面。</li> </ul>
田园乡村 体验游	核心节点: 香溪堡旅游区及省市家庭农场等 延伸节点: 蓝田长荣花卉科技园、下龙杨桃生产基地等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 对接最新的“三权分置”的政策, 开展农用地统筹经营, 实施规模化发展, 不断优化农业休闲项目布局。</li> <li>◆ 以“品牌化”的发展理念, 对接农业及乡村旅游品牌, 开展品牌申报, 提升旅游基础设施及休闲游憩设施, 优化旅游服务体验。</li> </ul>
瑶族风情 体验游	核心节点: 蓝田瑶族风情园等 延伸节点: 蓝田长荣花卉科技园等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 以瑶族民俗舞火狗为蓝本, 开展大型民俗文化演艺活动, 营造民俗文化氛围, 集聚旅游人气。</li> <li>◆ 加强瑶族民俗景点的内涵性及体验性, 构建“民俗体验+购物休闲+民俗度假”体系。</li> </ul>
文化采风 体验游	核心节点: 花围村农民画创意园、功武古建筑群、七星岗、三寨谷造纸遗址、嘉义庄、龙岩寺等 延伸节点: 塔山公园、西林河、农民画博物馆、嘉义庄、万寿寺、水坑村古建筑群、见龙围等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 近期以花围村农民画创意园为龙头, 形成旅游接待能力, 并逐步开展历史老城文化复兴, 带动其他文化项目协同发展。</li> <li>◆ 以产品差异性指导文化项目发展, 项目布局呈现层次感, 整体上构建“观光+休闲+度假”的综合服务体系。</li> </ul>

## (2) 区域旅游精品线路

强化区域旅游合作，打造四大区域旅游精品线路，做强区域旅游品牌。

表 5-3：区域旅游精品线路设计一览表

类型	节点安排	线路设计指引
祈福朝圣 体验游	核心节点：龙门老城、 龙岩寺、正果寺等 延伸节点：鲁冰花童话 园、香溪堡、十里水湾 等	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 以“跃龙门、修正果”为核心卖点，以“水上游、自驾游”的方式，串联沿线森林温泉度假、滨水旅游、农业休闲、乡村旅游等，丰富旅游体验感。</li><li>◆ 以旅行社作为突破口，开展旅游营销推广，吸引学生群体、职场晋升等；并逐步完善祈福仪式及活动，做大祈福路线。</li></ul>
天堂山水 生态游	核心节点：南昆山、天 堂湖、万绿湖等 延伸节点：龙门河、龙 岩寺等	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 提升优化 X191 的通行质量，作为龙门联通河源万绿湖的旅游快速通道，并开展旅游标识系统、服务驿站、旅游厕所及农业休闲项目布局建设，完善旅游配套建设。</li><li>◆ 以自驾客及团队客为主，发挥龙门旅游度假设施的优势，形成“玩在万绿湖，住在南昆山”的接待体系。</li></ul>
名山印象 度假游	核心节点：罗浮山、南 昆山等 延伸节点：十里水湾、 云顶温泉、南昆山温泉 大观园等	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 以龙博大道作为南昆山—罗浮山旅游快速通道，强化两山的旅游接待体系建设，总体上形成“日游罗浮，夜宿南昆”的格局。</li><li>◆ 加强龙博大道沿线的旅游项目开发，包括十里水湾、自驾车营地、水上游等，完善旅游服务体系，提升线路满意度。</li></ul>
森林温泉 养生游	核心节点：地派温泉、 尚天然温泉、云顶温泉、 南昆山温泉大观园等 延伸节点：十字水生态 度假村、高山别墅等	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 在省级层面进行统筹龙门、增城、从化，联合开展 S119、S355、S353 旅游风景大道建设，并完善旅游基础服务设施，包括旅游标识系统、旅游厕所、自驾车营地等。</li><li>◆ 加强龙门、博罗、从化三地的旅游信息交流、客源互推等建设，以旅行社及自驾客为突破口，开展优惠共享建设，提升线路热度与粘度。</li></ul>

# 三、旅游业态升级

## 1 业态设计原则

**区域特色，文化风情：**紧密依托龙门的森林温泉特色和以农民画和舞火狗为代表的民俗文化风情，营造龙门风格的宜居、宜游品质；同时，对接城镇的扩容提质、名镇名村建设，完善基础设施建设，提升公共服务配套水平；注重挖掘岭南建筑、瑶族民俗及农民画、温泉文化等特色内涵，融入到街区业态开发中去，提升业态档次，丰富游客体验。

**市场导向，社区参与：**坚持以市场需求为导向，根据不同游客的不同需求，设计多样化的业态类型，合理发挥经济效益；同时，坚持走市场化运作路径，营造规范性强、活力度高的营业环境，吸引广泛的社会群体参与旅游创业，保障社会效益。

**长线思维，品牌价值：**基于打造“国际康养旅居目的地”的总体目标，整合现有的业态，统筹整体进行开发。在做好传统业态的同时，加快进度完善业态布局，坚持特色化、主题化、精品化的开发理念，整体实现龙门旅游品牌的崛起。

## 2 十二旅游业态

基于资源基底及发展现状，以市场需求为导向，打造“6+6”的业态体系。

表 5-4：业态体系提升发展指引

类型	要素	提升思路
基本要素	吃	搭建“美食街+主题美食馆+夜市+农家乐”的体系，引导餐饮业态的多样化、规模化聚集。同时，鼓励零售业、休闲娱乐业等业态向其聚拢。 优化全域旅游服务格局，秉持品牌化的发展理念，挖掘龙门饮食文化，培育“龙门宴”品牌，推进龙门餐饮发展。
	住	构建“特色民宿+度假酒店+星级酒店”的业态体系，建议出台专项政策扶持乡村民宿发展，可建立民宿创业培训班，提供提供小额免息贷款、免税减租、装修补贴、宣传推广等服务； 以品牌化的发展理念，打造“龙门客栈”，条件成熟可向外拓展，输出品牌。另外，要加大对高端酒店的招商力度，满足不同层次需求。
	行	制定《龙门县旅游业扶持奖励办法》，突出抓好引客入龙，对于本地优秀旅行社给予资金奖励，激活旅行社发展活力；强化导游队伍

类型	要素	提升思路
		<p>建设，开展职业技能培训，对获得高、中级导游资格的导游给予现金奖励。</p> <p>在全域旅游格局下，建立与温泉酒店、森林度假地、乡村旅游点、农业休闲园等建立紧密合作关系，以“人性化”为服务原则，在旅客运输、票务预订、景区讲解等方面建立一条龙服务。</p>
	游	<p>通过自驾游、自行车绿道、缆车、水上游线等旅游特色交通，搭建“快旅慢行悠游”的业态体系；做活龙门河水上游品牌，河道沿线置入参与性强的休闲娱乐业态，丰富游客吸引力。</p> <p>采取市场化运作模式，由财政补贴撬动，吸引社会资本进入，并与核心景点捆绑经营，丰富游客出行体验。</p>
	购	<p>搭建“购物点+购物街”的业态体系，以街区为载体，引导同类和关联性商店的集聚发展。</p> <p>引导农民画和农特产品的集聚发展，打造创新创业创意平台，并与休闲购物街区联动，发挥“前店后厂”的产业链优势。</p>
	娱	<p>以客家山歌、舞火狗等为依托，戏剧院、山水印象演艺为载体，创新开发“精品休闲+文化演艺”的娱乐业态，丰富城镇及度假村夜生活；</p> <p>以度假村、田园古村、民俗风情园所为节点，打造精品游览线路和公共游廊，形成“生态观光+森林温泉养生+民俗体验”的业态体系。</p> <p>扶持本土民俗文化艺术产业与旅游业的融合发展，培育创新业态，丰富游客体验。</p>
拓展要素	商	<p>以环球、光大、塔牌为代表的建材企业，达能益力、昆竹酒业为代表的旅游商品制造企业及农业园为载体，与乡村旅游点、森林温泉度假地联合进行旅游线路开发，拓展新兴的商务旅游业态，进行技术洽谈、贸易往来、批发购物、商务会议等。另外，还可以举办农产品、竹木工艺品、农民画等博览会，吸引游客。</p> <p>充分利用温泉酒店、森林度假村积极主动与粤港澳大企业合作，提供乡村、温泉、森林等诸多种类的奖励旅游，提高区域品牌知名度，开拓为区域的主要旅游特色之一。</p>
	养	<p>依托“八山一水一分田”的自然格局，以中医药健康旅游示范区为抓手，统筹森林度假村、温泉度假景区、农业休闲园等建设，结合美食滋补、健身运动、生态度假、民宿体验等体验活动，打造养生旅游、疗养旅游精品业态。</p>

类型	要素	提升思路
	学	<p>发掘南昆山生态旅游区的“广东省游学旅游示范基地”及农民画的牌作用，以粤港澳台的学生市场为核心对象，与省内外知名大学展开合作，设立教学实践基地；</p> <p>与相关学校的常规教育及夏令营、冬令营等实践活动进行常态化合作，开发研学旅游产品。逐步将龙门打造成为国内研学旅游示范基地。</p>
	闲	<p>以主客共享的理念为先导，以龙门七星岗、塔山、七娘坛公园及龙门老城为载体，分阶段推进龙门老城功能活化与风貌修复、公园休闲化发展，引导休闲游憩业态进入，打造龙门休闲地标。</p>
	情	<p>深挖“龙门”福地文化，以“鲤鱼跃龙门”的典故为核心内涵，以万寿寺、龙岩寺为载体，结合历史文化、民俗风情、自然生态，针对学生升学、事业发展等策划富有仪式感的祈福活动，形成龙门祈福精品业态。</p>
	奇	<p>顺应自驾车旅游的快速发展，结合森林生态、水域风光、田园古村、民俗文化等，打造主题自驾车线路；可与省市自驾车协会及越野俱乐部开展合作，完善自驾车营地、旅游标识系统、旅游厕所等，做强做大自驾游。</p> <p>结合龙门的度假产品优势，重点在南昆山、桂峰山、密溪林场、油田林场等开展森林探险、水上漂流等体验活动，进行户外运动拓展，打造全国森林体验基地。另外，可探索三角翼、动力伞等空中项目。</p>

## 四、公共体系升级

### 1 县域八大件

由全域旅游领导小组统筹推进，尝试包装重大公共基础设施 PPP 项目，在县财政投入基础上，有效对接上级政策和资金，并吸收社会资本，在创建国家全域旅游示范区期间快速启动。

#### 1.1 旅游数据中心

旅游信息化是提升旅游服务质量和管理水平的中坚力量。建立旅游数据中心也是创建国家和广东省全域旅游示范区的重要内容。建议对接省市旅游数据中心，在南昆山或龙城街立项建设龙门县旅游数据中心，全面采集、整合全县涉旅信息，包括森林度假地、温泉景区、旅行社等旅游企业、行业媒体、文化院所、行业协会、旅游管理部门，作为龙门数据统计和旅游规划决策的重要参考。另外，可依托龙门县旅游数据中心，鼓励高等院校与旅游行业主管部门、旅游信息化企业采取政企（校企）合作等方式，联合开展旅游大数据研究、产品研发、旅游智能化系统建设，形成完整的旅游信息大数据生态链，打造广东·龙门大数据旅游研究（实训）基地。

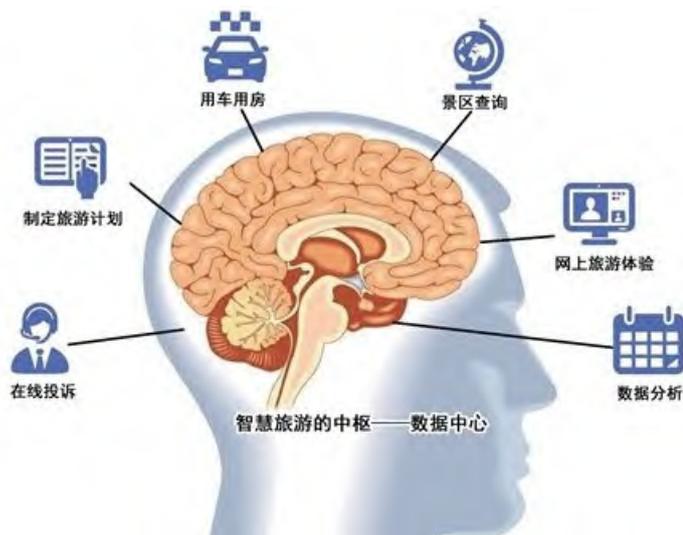


图 5-9：旅游数据中心示意图

#### 1.2 旅游标识系统

龙门现有指示系统未能符合旅游标志系统标准，对景区、酒店的指示不清晰，景区内部指示系统不够完善，且缺乏特色。建议在全县范围内由全域旅游领导小组统一推进旅游标识系统的建设工作，近期可在广河高速济连接线、S119、S535、

S244、南油公路、X220、X222 进行突破，并引导永汉、龙华、龙城、龙田、地派及南昆山、永汉温泉带等内部标识系统的改造升级，主动与全县旅游标识系统相衔接。另外，糅合客家文化、瑶族文化及农民画特色，借鉴国际先进技术，以仿木纹金属标志牌为主，木质、石质标识为辅，将标识系统打造成赏心悦目的公共艺术品。



图 5-10：旅游标识系统意向图

### 1.3 旅游风景大道

自驾游需求持续迅猛增长，龙门有必要探索创新，积极开发适合自驾游游客需求的产品和服务。旅游风景大道则是一个很好的尝试。建议优先以 S119 线进行示范，结合 S119 县城—龙华段、S119 龙华—油田段改建工程及龙门县（永汉—沙迳）十公里生态旅游经济带建设，结合竹林景观、温泉酒店、田园农业等整体提升 S119 线基础设施建设及景观水平，满足自驾游游客咨询服务、游憩休闲、便利服务、旅游观光等需求。后期可通过平台融资、争取上级专项资金、招商引资和 PPP 等多种方式，拓宽投融资渠道，吸引更多的社会资本投向 S244、S355 等交通干线，最终使 S119、S244、S355 成为展示龙门县自然风光和人文风情，串联旅游景区（点），引导休闲旅游业态和配套集聚化、品牌化发展的主要载体。另外，通过设置自驾车营地、服务驿站、旅游小镇、慢行绿道、旅游标识系统等为主要内容的自驾游服务系统，打造全国自驾游目的地试点城市。



图 5-11：旅游风景大道意向图

## 1.4 旅游观光巴士

围绕旅游集散枢纽建设，整合公交、道路、慢行绿道、停车场等各类交通系统，进一步完善公交线路与站点的规划与布局。将现有南昆山生态旅游区、温泉度假村、乡村旅游区等核心景点有序串联起来，以城区公交、乡镇客运班车为主体，开通龙门旅游巴士线路，并对接周边镇街的核心景点和交通枢纽，使之成为龙门旅游流动的风景线；对于南昆山、永汉、龙华、龙田可适当增加班次密度。观光巴士可专门定制节能环保、性能优越、外型醒目的双层电动汽车，并配备随车导游。另外，建议积极对接惠州市轨道交通建设，在惠州交通站场设置直达龙门的观光巴士。



图 5-12：观光巴士意向图

## 1.5 游客服务中心

游客服务中心既是城市文化形象窗口，也是游客集散服务综合枢纽。为加快促进龙门全域旅游，建议在龙门县的主要交通枢纽和代表性旅游景区，搭建“2+4”游客服务中心体系。

**两个枢纽型游客服务中心：**永汉新车站游客服务枢纽及龙门县新汽车客运站游客服务枢纽，采取“TOD+PPP”的开发模式，重点强化交通接驳、集散、综合服务等功能。建议采取国家三级城市旅游集散中心标准打造，作为龙门县游客服务枢纽，承担交通接驳、游客咨询、旅游推介、酒店及景区预定服务等。



图 5-13：枢纽性游客服务中心意向图

**四个景区型游客服务中心：**近期推进南昆山、地派温泉、瑶族风情园、香溪堡等四个景区型游客服务中心建设，主要承担游客咨询服务、旅游推介、交通接驳等功能。其中南昆山游客服务中心建议采取国家旅游度假区标准进行打造，并设计南昆山“山门式地标”，配套建设旅游物业、生态停车场和旅游交通接驳站场（自行车、观光巴士、自驾车）等；地派温泉游客服务中心突出温泉特色，与圩镇街区进行捆绑打造；瑶族风情园游客服务中心必须突出瑶族民俗风情特色，结合瑶族风情特色街区进行打造，配套建设生态停车场及交通接驳站场（自行车、观光巴士、自驾车）等。香溪堡游客服务中心以“田园古堡”为特色，联动沙迳副中心镇区，在停车服务、旅游接待、旅游推介、水陆交通接驳等作出突破。

## 1.6 自驾车营地

2015年，全国自驾游占景区接待人次总额比重将近75%，成为绝对主流。自驾车营地更是国家旅游局乃至国家“十三五”规划的旅游工作重点。

龙门旅游应该主动迎合自驾车旅游时代，打造国内一流的自驾车房车营地。建议在华阳湖湿地公园周边选址，对接《自驾车露营地标准》，主动申请国家和省市相关政策利好，在油田、南昆山、桂峰山、龙门河等环山沿河及乡村的环境优美、交通便利、配套完善的区域配备出入口、服务中心、停车场、自驾车露营区、房车宿营区、服务保障区、废弃物收纳与处理区等基础功能，适当布局木屋住宿区、帐篷露营区、户外运动区、露天活动区等特色配套，综合打造为广东乃至全国自驾车旅游示范基地。同时，建议采取PPP开发模式，规划设计、立项投资、工程建设及管理运营环节均引入市场力量。



图 5-14：自驾车营地意向图

## 1.7 山地小火车

对接《珠江三角洲地区旅游一体化规划（2014-2020年）》，探索开展山地小火车建设，作为龙博大道的补充，也是一种特色旅游产品，可丰富环南昆山森

林温泉旅游度假产业园区体验,推进南昆山—罗浮山旅游一体化发展,促进龙门、博罗的旅游合作。建议在市级层面统筹,综合考虑土地征收、林地保护、投资回报等要素,在进行可行性研究的基础上制定山地小火车线路,联动永汉温泉带、麻榨十里水湾、桂峰山协同发展,切实促进区域旅游业整体发展。可采取 PPP 的发展模式,运用债券融资、土地质押、经营权质押等多种融资渠道获得资金,分两期推进,一期主要设置罗浮山站、横河站、麻榨站、永汉站、南昆山站等;二期延伸至桂峰山,增加龙潭站、天堂湖站、桂峰山站。同时,优化山地小火车的交通接驳体系,特别是与龙博大道;对小火车沿线进行生态修复与景观优化,基本还原生态原貌。



图 5-15: 山地小火车意向图

## 1.8 智慧旅游互动终端

由县里进行统筹,通过招投标引进智慧旅游科技公司,整合旅游地图、游览线路及攻略、景区景点实用信息、酒店客房预定等数据,在交通集散枢纽、服务驿站、景区景点及镇街、乡村旅游服务场所等投放智慧旅游终端,借助智慧科技手段全面提升旅游智能服务,提高旅游公共信息服务能力,为游客提供探索、体验龙门的渠道,可以“了解龙门、玩转龙门”。建议智慧旅游互动终端遵循游客阅读和审美习惯,结构清晰、导览快捷、信息全面,尤其是龙门旅游地图。同时,借助时下流行的 APP 应用——微信,通过扫码确定游客基本信息,向游客提供景区的景点语音解说和其他旅游信息查询等功能,轻松实现自助导游导览。另外,结合 VR 虚拟技术,作为 VR 虚拟旅游体验的主阵地,实行场景营销。



图 5-16：智慧旅游服务终端意向图

## 2 镇域三中件

由全域旅游领导小组统筹，乡镇一把手主要发力，开展择商引资，全面提升龙门旅游质量。可以对接县级、市级政策和资金，在龙门旅游发展中常态化推进，全面优化城镇产业布局，谋划特色小镇建设，助推国际康养旅居目的地建设。

### 2.1 高端酒店

当前，龙门县酒店除温泉度假酒店及森林度假村之外，大多较为低端，客房及床位数量有限，服务质量有待提高。星级酒店作为旅游业的重要组成部分，是提升龙门旅游形象、改善游客体验的有效举措。建议以龙城街、永汉镇、龙田镇、地派镇、龙华镇等镇街为示范，重点扶持引进悦榕庄、四季酒店、半岛酒店、安纳塔拉、丽思·卡尔顿、安缦等国际知名品牌酒店。



图 5-17：高端酒店意向图

### 2.2 品牌景区

龙门目前旅游产品结构较单一，主要以森林度假及温泉养生酒店等度假类产品为主，休闲游憩类景区较为缺乏。引导各乡镇温泉景区、农业园区、乡村旅游点或历史文化名村等开展品牌创建，完善旅游服务设施建设，提升旅游接待服务

质量。积极鼓励尚天然温泉小镇、龙门铁泉、南昆山大观园开展创 5A 级景区行动，严格对照《旅游景区质量等级划分与评定》标准，在旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电服务、旅游购物、经营管理、资源和环境保护等方面更上一层楼；开展旅游特色小镇创建，推进国家休闲农业与乡村旅游示范点、中国乡村旅游模范村、中国乡村旅游创客示范基地、中国森林体验基地、中国森林养生基地等品牌建设。同时必须加强财政、政策、配套、人才等保障，将 5A 景区、特色小镇等打造为当地旅游核心吸引物之一。



图 5-18：尚天然温泉小镇与龙门铁泉

## 2.3 休闲街区

休闲街区是城镇休闲度假旅游的核心配套，关乎游客旅游体验和本地的旅游经济发展。引导乡镇在景区（点）、公共场所或交通干线周边打造美食夜市、农家乐一条街、民宿一条街、农副产品一条街、文化创意园等各类主题街区，完善龙门休闲街区体系，成为丰富游客体验，提高旅游消费的核心载体。近中期，可在永汉、南昆山、龙城、龙田、龙华等乡镇优先开展休闲街区发展，推进龙门老城谷行街、岁岁红商业街、南昆山森林夜市等建设，尽快形成旅游接待能力。



图 5-19：休闲街区意向图

### 3 乡村八小件

列入全县重点开发名录（旅游精准扶贫）的乡村旅游试点，建议由县财政分批次、统一拨款建设；名录以外的乡村则经由乡镇申报，由县财政、镇财政按1:1比例的方式投入；此外，乡村旅游发展建议借鉴广东省“双到扶贫”模式经验，设置“一对一”对口单位（企事业单位等），明确第一责任人，定期考核开发进展和发展成效，实施奖惩。

#### 3.1 旅游厕所

“厕所革命”是习近平总书记作的指示，是国家、省、市高度重视的一项重要惠民工程。建议对接省市旅游局专项补贴，通过政策引导、资金补助等手段，以改造、新建等形式，在乡村旅游试点配套1个以上的旅游厕所，厕所内男女厕位比例为1:2，并设置无障碍通道，增设残疾人厕位。旅游厕所采用自动化、感应式的设备，兼顾人性化体验和节能功能。另外，建议旅游厕所与乡村环卫、基层精神文明建设相结合，合理规划和完善环卫设施，并聘请当地村民按照规范要求对旅游厕所进行管理。

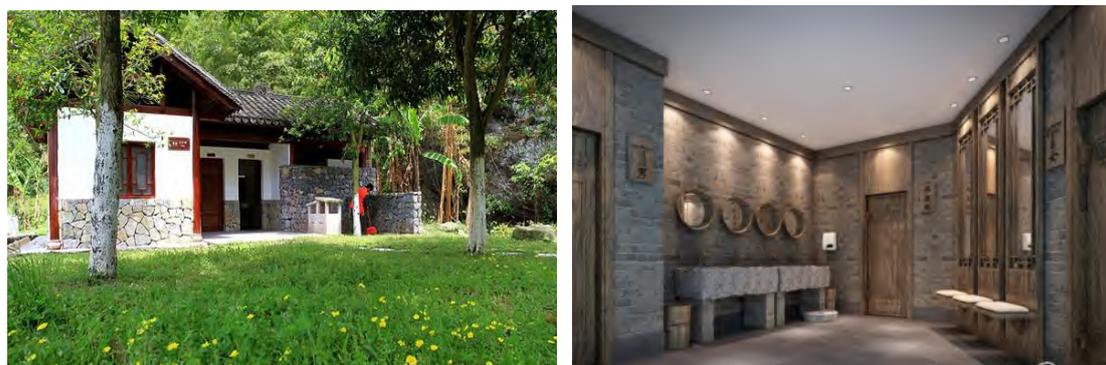


图 5-20：旅游厕所意向图

#### 3.2 生态停车场

停车场是民众出行和旅游休闲的必备配套，需求量逐年攀升。建议对接市交通运输局和市旅游局专项补贴，以对废弃场地及旧停车场进行扩建改造或新建的形式，在乡村旅游试点配套中小规模的生态停车场，增加有效供给，至少保障30个以上停车位。同时，注意对停车场的维护管理，可聘请当地村民按照规范要求进行管理。另外，在春节、国庆等黄金周期对于停车场地不够用的乡村可对闲置田地和公共广场进行改造，作为临时停车空间。



图 5-21：生态停车场意向图

### 3.3 旅游购物点

旅游购物消费是旅游消费的一个重要环节，是旅游扶贫及惠民富民建设的一个重要工程。建议充分对接旅游扶贫政策，尽量依托乡村、景区、农业园、城镇等培育 1 家以上的旅游购物点。可充分挖掘传统优势产品及传统生产工艺，以“前店后厂”的发展模式，将土特产售卖与生产加工结合，发展土特产体验式消费；同时将惠州农村淘宝与购物对接，实行“土特产+互联网”的模式。通过线上线下一体化，扩大土特产消费总量。另外，鼓励有条件的个体户参与龙门县“龙门手信”商标的评选活动，按照品牌规范进行管理运作，并参与全县组织召开的培训、评比行动。同时注重土特产包装的人文情怀与购物点的室内室外景观享受，以产品、情怀触动消费欲望。



图 5-22：旅游购物点意向图

### 3.4 民俗客栈

民俗客栈的发展是农村产业融合发展的有效切入点，是龙门全域旅游供给侧升级的一项重要内容。建议民俗客栈尽量选址在交通方便，靠近景区景点的乡村及城镇区域，鼓励乡村民俗客栈发展。鼓励有条件的个体户加盟“龙门客栈”商标，按照品牌规范进行管理运作，营造寄情山水田园的意境，打造成为旅游富民重点民生工程及广东一流、国内知名的民宿客栈品牌；并参与全县组织召开的培

训、评比行动。



图 5-23：民俗客栈意向图

### 3.5 金牌农家乐

农家乐是惠民富民，获取旅游红利的有效方式之一，也是龙门全域旅游供给侧升级的一项重要内容。建议加强对永汉镇、S244、S119 沿线等农家乐的规范、标准化发展，特别是在生活厨余垃圾、景观风貌等方面，可采取政府集中收集处理，鼓励农家乐建立化油池等个人处理相结合的方式，深化生态文明建设。同时对于新建农家乐，尽量选址在交通便捷等区域，并鼓励有条件的农家乐加盟“龙门宴”品牌，按照规范进行管理运作，并参与全县组织召开的培训、评比行动。另外，积极开展“金牌农家乐”申报及家庭农场信用评级。



图 5-24：农家乐景观设计意向图

### 3.6 游客医疗站

游客医疗站是龙门游客服务中心的功能延伸性基础设施，是保证旅游体验与安全健康的重要保障。建议实行“政策引导、财政补贴、乡村运营”的模式，以乡村卫生室为主体，为有需要的游客提供一般的健康咨询、医疗护理及救助服务，在旅游高峰时期实行 24 小时值班制度。同时在政府财政支农资金中，安排专项资金帮助改造乡村卫生所（站），进行基本的医疗设备的升级。另外，由县人民

医院统一进行培训、建立考察机制，提升医疗服务人员的技能及积极性，创新性完善并丰富全域旅游医疗安全保障体系建设。

### 3.7 游客咨询服务站

游客咨询服务站是次于游客服务中心的补充性基础配套，是提升旅游体验与服务质量的重要保障。建议采取“政策引导、资金补贴、市场运作”的开发模式，充分依托依云四季旅游服务中心、县城南湖国旅等景区游客服务点、旅行社服务网点及有条件的乡村先行开展服务驿站建设。并以旅游风景大道及绿道确定的服务驿站为示范，满足一般游客接待、便利服务、咨询服务、自行车租赁及维修服务等。还可支持有条件的乡村配套全日制或兼职乡村导游。

### 3.8 旅游富民宣讲站

为了促进全域旅游顺利的推进建设，有必要建立上下一体的思想交流及反馈机制，旅游富民宣讲站则义不容辞。建议以乡村村委会进行定点旅游富民宣传，包括最新政策、示范标兵的成功案例、文化旅游相关知识的普及等；也承担着民意收集功能，畅通将民众的难处及想法进行传达，便于了解市场，作出决策；另外，积极开展职业技能培训、评比表彰等活动，落实惠民措施。

## 五、智慧旅游升级

龙门智慧旅游是连接智慧龙门与愉悦龙门的纽带，积极响应惠州智慧城市建设，助推龙门全域旅游示范区创建工作，搭建龙门智慧旅游平台。目前，龙门智慧旅游建设只涉及到景区网上预定服务及景区宣传推广，而后升级重点是智慧旅游体系建设，促进智慧旅游服务管理便捷。

可以说，**龙门智慧旅游建设从智慧营销 1.0 版本走向智慧旅游服务管理 2.0 版本**。以智慧旅游升级建设为先锋，将来逐步构建完善智慧城市框架，谋划中国旅游+智慧创新示范城市的目标，从旅游信息网络、智慧旅游平台、旅游惠民应用和智慧旅游试点建设等方面全方位促进升级建设。

### 1 一张旅游信息网络

旅游信息网络是“智慧龙门”的基础，龙门智慧旅游信息网络的构建涵盖 115 工程，即“1 个智慧旅游大脑，1 套智慧神经系统和 5 只智慧旅游感知眼睛”。

#### 1.1 智慧旅游大脑

整合龙门所有旅游产业相关的旅游资源、旅游市场等数据信息资源，建立龙门旅游大数据平台，并积极与交通数据平台对接合作，统一处理各种实时和非实时旅游信息，同时建立龙门智慧旅游决策支持系统，采用目前市场上较为成熟的模型和算法，形成“大数据+专家智能模型”的智慧旅游大脑。

## 1.2 信息传输神经系统

积极构建与中国移动、中国联通、中国电信三大网络运营商的战略合作，引导政府、网络运营商、企业的形成协作平台，在有效利用龙门现有设备的基础上，在南昆山生态旅游区、尚天然温泉、龙门铁泉等主要景区景点搭建信息传输设施设备，逐步建立和完善旅游信息传输神经系统，并与有线、无线网络、卫星通讯等融合，确保实现龙门各类旅游信息的快速传输和实时响应。

## 11.3 旅游感知眼睛

作为智慧旅游信息网络的信息采集端，除了利用龙门现有的信息感知设备之外，还要考虑在以下五个方面重点建立信息感知和采集装置。

### (1) 景区感知眼

针对龙门全域重点景区景点，布设和利用不同形式的感知设备，如无线射频识别 RFID、二维码、视频监控、红外探头、智能手机等。主要布设点包括景区出入口、景区停车场、以及景区内部人流密集区域。将感知设备采集的实时数据利用景区内的信息传输网络设施汇总到旅游大数据中心。

### (2) 交通感知眼

交通问题一直以来都是旅游的关键问题，直接影响游客旅游体验，交通感知眼是针对交通问题而设立的。在进出龙门县的高速公路出入口、收费站、汽车站、县内省道等设置监控和传感装置。实时动态感知人流、分析人流结构，并能结合智慧旅游大脑中的专业模型实施智能车流、人流调度，特点人流、车流状态下的风险分析、防范以及相应的处理预案。

### (3) 环境感知眼

在南昆山生态旅游区、龙门河、天堂山水库、白沙河水库等生态敏感性高的地方布设生态环境监测和感知设备，监测空气、水、温度、湿度、负氧离子等环境信息，对龙门生态环境进行实时监测，为生态治理和改善提供数据支持，并实现环境质量可视化，在本地居民和游客心中强化龙门生态印象。

### (4) 消费感知之眼

在龙门游客集中的消费场所或区域设置感知设备，用于感知场所或区域内的车辆和人员流动状况，呈现现场的实时影像，部分区域可以与治安监控、交通监控合并建设，所采集的信息和数据也实时联网呈现，引导客流合理分布、避免发生混乱。

### **(5) 酒店感知之眼**

主要实时统计龙门县主要酒店入住动态，为游客快速选择周边酒店提供决策支持，同时获取的数据也有助于旅游管理部门有针对性的实施精细化管理。后期以龙门智慧旅游平台或者在此基础上开发的其他平台为基础，以酒店自愿加入的形式，酒店加入该平台后有义务布设相关信息采集设备，同时也可以享受该平台对酒店的推介、推送，信息直达游客的相关平台服务。

## **2 三大智慧旅游平台**

在全域旅游发展过程中，智慧旅游平台的搭建是龙门旅游发展的“刚需”，可以提高在龙门旅游的便利性，提高旅游产业的运营效益，通过搭建智慧旅游平台，加强政府、商家、游客三者之间互动上的创新，实现智慧管理、智慧营销、智慧服务三位一体，为游客提供更加方便、快捷的服务。

### **2.1 智慧旅游管理平台**

智慧旅游监管平台以政府为服务对象，主要发挥数据采集、运行检测、城市预测、移动监管和本地门户等功能。

**数据采集。**涉旅基础数据、运行数据的采集、存档与分析等。

**运行监测。**客流统计、景区监控和涉旅商家征信等。

**城市预测。**客源地、景区热度及节假日客流量预测等。

**移动监管。**平台内部可实现即时查询、即时通讯功能。

**本地门户。**旅游地图、虚拟地图、信息推送等。

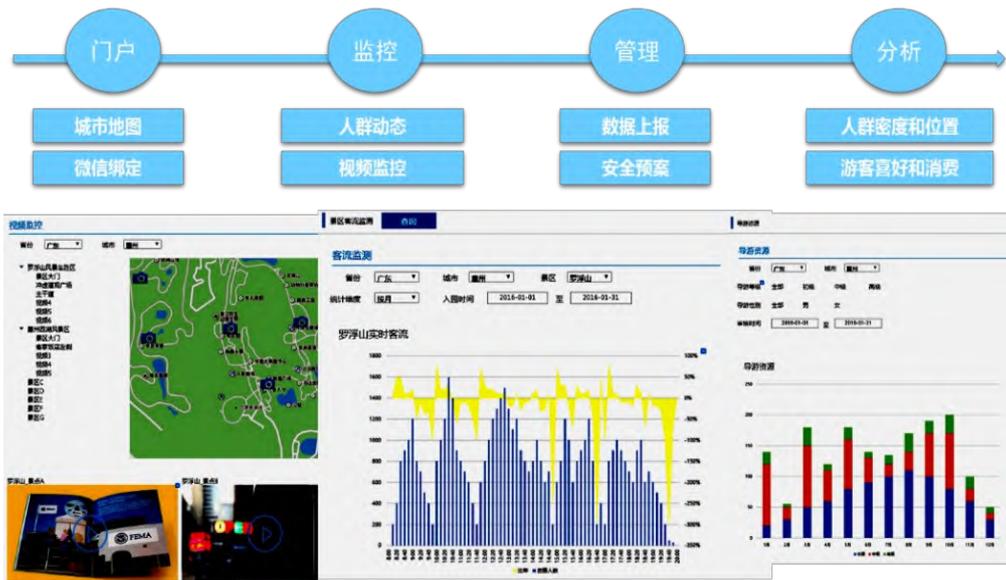


图 5-25: 智慧旅游监管平台示意图

## 2.2 智慧旅游服务平台

智慧旅游服务平台以游客和居民为服务对象,重点提供智慧商圈、智慧景区、智慧餐饮、智慧酒店、智慧导游等服务。

**智慧商圈。**提供商圈内商家的点评、订票、订座、电商等服务;

**智慧景区。**提供景区内部的导游、导览、导购、电子门票等服务。

**智慧餐饮。**提供特色餐馆的自助排号、点餐、收银等。

**智慧酒店。**提供联网酒店的登记入住、离店、退款投诉等服务。

**智慧导游。**提供地图导航、线路定制、智慧组团与带团等服务。



图 5-26: 智慧旅游服务平台示意图

## 2.3 智慧旅游营销平台

智慧旅游营销平台主要以商家和景区（点）为服务对象，重点提供商家微站、目的地电商、OTA 分销及活动策划等服务。

**商家微站。**商家可注册微商账号，并进行线上营销；

**目的地电商系统。**商家可在线上销售商品、门票及相关服务。

**OTA 分销。**旅游景区（点）可借助在线旅游社进行线上推广。

**活动策划。**上线商家可参与在线促销、实时直播等活动。



图 5-27：智慧旅游营销平台示意图

## 3 四类智慧旅游应用

### 3.1 智慧旅游 APP

整合“智慧龙门”相关资源和服务，推出“掌上龙门”移动终端（APP），配套开通官方主页、微信公众号和电话服务热线，为居民和游客提供咨询投诉、导购、导览、导游、导航、预定等一站式服务，并作为龙门旅游的线上窗口。



图 5-28：智慧旅游 APP 示意图

### 3.2 智慧自行车管理平台

搭建智能化、人性化的自行车租赁、回收管理平台，让居民、游客能够完全自主、便捷、优惠地使用分散设置在龙门的公共自行车系统。以便民的服务，引导居民和游客绿色出行，降低龙门机动车运行压力，营造休闲生活氛围。



图 5-29：智慧自行车管理平台示意图

### 3.3 智慧旅游直播平台

采用“直播+旅游”的形式，对龙门的森林度假、温泉养生、田园风光、民俗文化等旅游板块进行移动直播，通过旅游参与度与体验性直接将品牌和消费者拉近，激发游客旅游动机；可在斗鱼 TV、熊猫 TV、全民 TV 等直播平台上对符合龙门气质的“网红”主播进行签约，以“创新性、精准性”的理念，通过“网红”的创意及粉丝群体，增加龙门旅游形象及品牌曝光度，并带来销售转化。

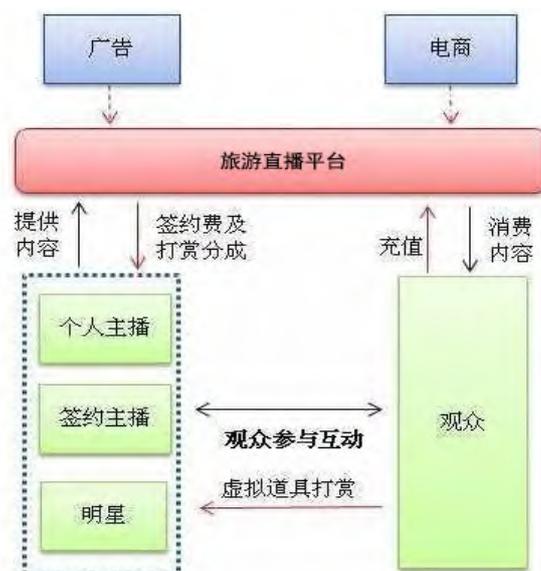


图 5-30：旅游直播平台示意图

### 3.4 VR 虚拟旅游体验平台

优化人—人、人—机对话的营销方式，结合虚实交互体验平台与视频技术，打造 VR 虚拟旅游体验平台，开展虚拟场景营销。通过航拍龙门全景和地面全景技术，将龙门的南昆山、永汉温泉带、龙门河等旅游区域全貌风光、经典景观等从游客无法体验的视角进行展示，为用户提供 100%真实场景还原、沉浸式体验和主动观影视角选择，极大突破旅游体验的时间、地域限制，享受身临其境的畅快感，极大节约游客的决策成本。体验平台可结合智慧旅游互动终端进行设置，让游客体验一场特殊的龙门之旅。另外，增加与游客的互动，以“互联网+旅游+影视”模式，联合“秒拍”打造龙门旅游视频联盟，可将优秀视频以 VR 技术进行处理，形成更加触动游客心理的旅游视角，为虚拟旅游体验平台注入新内涵。



图 5-31：VR 虚拟旅游体验平台意向图

## 4 三项智慧旅游载体

### 4.1 智慧旅游城市

瞄准中国“旅游+互联网”创新示范城市试点的目标，加快推进“智慧龙门”建设，在车站、宾馆饭店、景区景点、休闲街区、主要乡村旅游点等旅游区域实现无线网络、3G/4G 等基础设施覆盖，并所提供 PC、平板、触控屏幕、SOS 电话等旅游信息互动终端；推动旅游物联网建设，在旅游景区的人流集中区、环境敏感区、旅游危险设施和地带，实现视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施的合理布设；鼓励各类在线旅游创业创新，规范发展旅游电子商务、在线旅游租车、在线度假租赁、在线旅游购物、手机餐厅等新业态，积极推动智慧旅游景区和智慧旅游乡村试点的建设。

### 4.2 智慧旅游乡村

建设集咨询、展示、预订、交易于一体的智慧旅游乡村服务平台，以功武村、鹤湖围、花围村、油田村等为示范，建立乡村旅游电子商务平台，在线介绍优质农副土特产和旅游商品，并利用旅游 APP、微信等网络新媒体手段宣传推广乡村旅游目的地。中远期可鼓励有条件的乡村创建国家智慧旅游示范村。



图 5-32：智慧旅游乡村示意图

### 4.3 智慧旅游景区

将南昆山生态旅游区、尚天然温泉、南昆山温泉大观园作为龙门首批智慧景区试点，加快景区内的信息化建设，推进软硬件升级，加强信息回馈管理，实现景区免费 WIFI 覆盖、智能导游、电子讲解、线上支付、智慧管理。政府扶持智慧景区试点的创建，鼓励有条件的单位申报全国智慧旅游景区试点单位。

### 智慧景区总体架构



图 5-33：智慧旅游景区示意图

# 六、行政管理升级

## 1 旅游管理体制

### 1.1 全域旅游领导小组

全域旅游领导小组由县委书记任组长，县长任常务副组长，县政府办、县发改局、县国土局、县住建局、县林业局、县交通局、县文广新局、县旅游局、县环保局等涉旅部门为成员。

领导小组统领和指挥全域旅游创建工作，包括组织召开创建工作推进会，定期督促检查创建各项工作进展情况，及时解决创建过程中的重大问题。领导小组下设办公室，负责对创建工作进行统筹协调和指导，包括深化工作方案，细化年度、季度任务指标，召开动员会议，层层部署，下达工作任务及考核指标。各单位根据全县工作要求，拟定、提交本单位工作计划，并具体实施。

### 1.2 旅游发展委员会

由龙门县旅游局更名为龙门县旅游发展委员会，由县发改委、县财政局、县交通运输局、县国土资源局、县住建局、县文广新局、县民族宗教事务局等多个涉旅部门分管领导兼任委员，依法参与旅游管理工作。委员会基本保持旅游发展规划制定、旅游市场监管、旅游品牌营销等原旅游局的职能不变外，强化全县旅游产业发展的综合协调职责及旅游综合改革职能。

### 1.3 旅游市场管理分局

作为市场监管的主力军，承担着规范各类市场经营秩序的责任，对于旅游产业面宽、点多、监管主体分散的现状，需及时调整监管重心，以符合旅游市场综合监管的需要。建议立足工商职能，依法行政、敢于执法、精准执法，在工商局组建旅游市场管理分局，坚决保护合法的经营主体，坚决打击各类违法行为，营造公平公正旅游市场环境。

主要负责拟订龙门旅游市场工商行政管理的规章制度和措施办法；对全县旅游景区景点内市场经营秩序和涉旅企业、重要涉旅购物场所进行日常监管；负责查办涉旅重要案件，涉旅投诉、举报等工作；与旅游委、旅游警察、旅游巡回法庭等相关单位沟通协调，建立快速高效的联动机制，形成旅游市场监管综合治理合力，严厉打击破坏旅游市场秩序的违法行为

## 1.4 旅游巡回法院

龙门处于创建国家全域旅游示范区工作的关键时期，龙门旅游人次、经济效益、社会效益贡献率显著增长，与此同时，伴随产生的旅游合同履行纠纷、服务质量、财产损害等案件也日渐增多。在此背景下，在县人民法院成立旅游巡回法庭，开辟旅游纠纷绿色通道，实行就地立案、就地审理、就地调解、就地执行，打造“一站式”服务。与旅游委、景区建立“诉调对接”机制，对于旅游委或景区无法调解的案件，由巡回法庭进行主导，搜集数据等基础性工作，共同参与旅游纠纷调解处理。

## 1.5 旅游警察支队

在县公安局组建旅游警察支队，通过加强与其他旅游市场服务监管机构的沟通与协调，建立健全快速高效的“多部门联勤联动、联合执法”手段，实现“行政执法和刑事执法的无缝衔接”，提高监督执法的效率，更好更快地维护消费者的合法权益。

主要负责维护旅游市场秩序和旅游治安环境；统一指导各景区(酒店)警务室开展日常巡逻防范、秩序维护、服务游客等工作；负责办理社会影响重大、涉及侵害旅游活动参与者人身和财产安全的违法犯罪案件；指导相关县级公安机关打击破坏旅游市场秩序的违法犯罪行为；监督、检查、指导景区景点安保工作；联合旅游、工商、交通等职能部门开展旅游联合执法等。

# 2 旅游管理机制

## 2.1 旅游发展专项资金

加快设立龙门县旅游发展专项资金，纳入县年度财政预算，力争每年安排 1000 万元的资金支持，以专项贴息、补助、奖励等方式，重点用于规划设计、营销推广、行业扶持、品牌奖励、人才培养、项目招商等事项。同时，确保每年用于旅游基础设施、旅游交通集散体系、智慧旅游、重大旅游项目等领域的资金不少于 5000 万元，保证旅游发展的公共基础设施的升级建设。有条件的乡镇要结合“旅游+”行动，加大对旅游业的财政投入力度。另外，国家及省市支持服务业、中小企业、新农村建设、扶贫开发、节能减排等专项资金，可将符合条件的旅游企业和项目纳入资金支持范围。

## 2.2 全域旅游联席会议制度

在全域旅游领导小组领导下，建立全域旅游联席会议制度，定期举行全域旅游创建工作会议，重点研究龙门全域旅游发展的政策制定、“旅游+”产业融合、生态体系保护、智慧旅游实施、重大旅游项目建设、品牌营销等，以“问题导向”制定实施方案、阶段目标及量化指标体系，分解落实到县直部门正职及乡镇党政一把手责任制考核内容，并进行评价和绩效考核，推动各项工作高效运行。

另外，考虑由组织部建立全域旅游创建督查组，实行每日一检查、每周一督办、每月一评比、每年一考核的问责机制。党政领导对创建过程中难以解决的重大问题进行实地考察指导，了解情况，针对性处理。同时，组织“两代表一委员”（党代表、人大代表、政协委员）不定期开展视察活动，及时对创建工作予以指导和监督。

## 2.3 重大事项“一事一议”制度

针对全域旅游创建过程中遇到的重大事项，必须在全域旅游领导小组领导下，不定期开展“一事一议”制度。对于全域旅游创建中涉及到水源地保护、政策制定、森林保护、大型交通工程建设、大项资金的使用等都必须在全域旅游领导小组内部进行讨论，协商解决。

对于在会议中通过的事项，领导小组成员必须执行；对于会议中否定的议题，部门及相关单位必须尊重和采纳。未经领导小组会议表决的事项，责任单位可以在合法的前提下，以“富民惠民”核心思想为指导，充分尊重群众意愿，从群众最迫切、最需要解决的事情入手，先行先试。

# 3 旅游管理法制

## 3.1 贯彻国家相关法规

贯彻落实《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》、《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》、《关于开展“国家全域旅游示范区”创建工作的通知》等国家相关文件，加快旅游业发展，扩就业，增收入，提升人民生活品质。建议主要从以下几个方面推进：（一）树立科学旅游观。创新发展理念，推动旅游业发展与文化、工业、农业、中医药及城镇相结合，实现经济效益、社会效益和生态效益相统一；加快转变发展方式，以转型升级、提质增效为主线，推动旅游开发向集约型转变，更加注重温泉资源节约和生态环境保护，更加注重文化传承创新，实现可持续发展。（二）改善旅游消费软环境。建立健

全旅游产品和服务质量标准，规范旅游经营服务行为，提升酒店、景区景点、旅行社等管理服务水平；健全旅游投诉处理和服务质量监督机制，完善旅游市场主体退出机制。（三）创建国家全域旅游示范县。全域旅游是区域转型升级的重要举措、区域消费升级的重要途径、旅游业提质增效的重要手段、提升生活品质及优化生活方式的重要引领。国家全域旅游示范县的创建主要有六大主要考核目标，涉及旅游业增加值、旅游从业人数、年接待人次、当地农民纯收入、旅游税收、主打产品等六个方面。

### 3.2 落实旅游升级意见

贯彻落实《龙门县促进旅游业升级发展实施意见》，做特做强龙门旅游目的地品牌，把旅游业培育为龙门县战略性支柱产业和现代服务业龙头产业，推动龙门向旅游经济强县升级。主要包括以下几点：（一）坚持走“生态驱动、旅游引领经济社会转型发展”的龙门特色发展路径，把龙门打造成“生态资源驱动型的旅游目的地”中国县域样板。（二）开展定向招商活动，引进精品旅游项目，在项目审批、发展用地、基础设施配套等方面给予支持。同时，提升现有景区景点的服务质量，舞好南昆山龙头作用，推动环南昆山旅游区建设。（三）整合龙门县现有资源，打造旅游精品，做好“龙门智慧旅游互联网+电商平台”，并通过跨界合作推进龙门旅游形象包装与推广，拓展旅游市场空间。（四）从城乡风貌、旅游基础设施、接待体系、旅游商品等方面来推进旅游配套环境的综合提升。（五）发挥旅游的带动作用，以“旅游+”的发展模式，融合文化、农业、工业、城乡等，实行旅游一体化发展，催生旅游新业态。（六）党政统筹，健全项目建设用地、财政融资、专项资金、组织机制、市场监管、人才培养、生态环境保护等政策，保障旅游升级发展工作进行顺利。

### 3.3 出台扶持奖励办法

落实《龙门县促进旅游业升级发展实施意见》，加大对旅游业的扶持力度，建议落实制定《龙门县旅游业扶持奖励办法》，可采取专项贴息、补助、奖励等方式，从开发、提升、宣传、市场四个角度对符合条件的旅游企业和项目进行扶持和奖励，如下：

——**旅游项目开发扶持**。加强旅游投资建设引导，助力旅游开发。（一）对发挥引领作用的重点旅游项目给予一定的贴息扶持；对于投资额达3亿元以上的项目在合法合规的情况下优先安排建设用地指标；（二）对企业建设旅游集散中心、旅游公交、游客服务中心、停车场、旅游厕所等旅游公共服务建设项目，给予一定的投资补助；

——**乡镇规划编制扶持**。鼓励镇街及乡村开展旅游规划编制或特色小镇发展规划，规划通过评审经县政府审批后，给予一定的编制经费补助。

——**旅游品牌提升扶持**。围绕加强景区景点旅游服务质量、新业态及品牌创建予以奖励扶持。（一）对新评为国家 5A、4A、3A 景区，新评为五星级、四星级、三星级旅游酒店及省级农家乐、国家级、省级旅游示范乡（镇）、专业旅游镇（村）、国家级或省级旅游度假区等给予不同等次奖励。（二）对于成功加盟创建“龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福、龙门十三汤”品牌的企业或个体户可给予奖励。

——**营销宣传扶持**。鼓励乡镇、旅游企业等开展微信营销、推介及等服务。（一）鼓励乡镇、旅游企业积极参与市场宣传促销，对组团赴外地参加省、市统一组织推介促销活动的，给予相应住宿经费补助；（二）鼓励企业、乡镇、村挖掘特色产品优势和民间民俗文化，举办全国性、国际性的节会、赛事活动和文化项目活动，可根据每个节庆活动的规模、内容、效果给予一定的资金补助。

——**市场开发扶持**。突出抓好引客入龙、培养旅游人才。（一）在优秀旅游企业的扶持中，根据旅行社接待的游客数量、营业收入、纳税额及其同比增长等情况进行综合评价，每年对全县前五名的旅行社进行一定资金扶持；（二）对于认定为广东省五星、四星级旅行社的旅游企业以及被评定为国家 3A 级以上旅游景区给予一次性扶持资金奖励。（三）对获得高、中级导游资格的导游及引进的优秀导游员，给予现金奖励。（四）强化旅游从业人员队伍建设，每年安排扶持资金用于全员素质和技能培训。

## 4 旅游人才队伍

随着龙门县旅游产业的快速发展，旅游人才队伍的“短板”越发凸显，存在三个方面的问题：一是有旅游专业背景的行政及企业管理人才紧缺，二是旅游从业人员整体素质偏低，三是行业人才缺口大导致“相互挖角”现象；建立健全旅游人才队伍，成为龙门县向全域旅游扬帆前进路上亟待解决的问题。未来，可以建设“广东省旅游人次孵化基地”为目标，以“人才兴旅 412 工程”为抓手，打造一支素质高、规模大、结构合理的旅游人才队伍。

### 4.1 “引才借智”计划

——**建立龙门县旅游人才信息数据库**。采用“企业收集、政府汇总、资源共享”的模式，对全县初级以上职称的旅游从业人员建档入库，为政府实时监测分析旅游人才状况、旅游企业用工需求情况提供“信息互通渠道”，为政府吸收高

层次专技人才、旅游人才“自由择业”和旅游企业“按需择才”提供“猎头”服务。同时，通过旅游人才“大数据”分析研判，进一步优化对我县旅游人才的跟踪、培养、服务。

——制定“旅游人才紧缺目录清单”。对接省市旅游局，联合龙门县旅游行业协会，结合《龙门县“十三五”人才工作发展规划》，依据龙门县旅游人才需求实际，制定龙门县旅游人才紧缺目录清单。有针对性的组织旅游企业到旅游业发达地区、省内外高等院校开展“高层次旅游专业人才专场招聘”活动，及时引进一批旅游行政管理、企业管理、策划设计、市场开拓、旅游创业等“紧缺型”旅游专业人才。

——建立“龙门县旅游专家智库”。邀请、聘请涉及各个领域的旅游专家为龙门县旅游经济提供“智囊服务”。有计划组织旅游专家团队对龙门行政管理、行业管理、全域旅游、品牌提升、市场营销等课题开展专题研究。

——打造“高校教学实践示范基地”。主动建立与省内外高等院校在人才培养领域的长期合作关系，采用“旅游+研学”、“旅游+教学”等形式，邀请省内外高等院校旅游专业人才到访龙门开展游学、实践活动，把龙门打造成研究型教学和产学研结合的实践基地，实现“旅游借脑借智、教育产学研结合”的共赢模式。

## 4.2 “墩苗培育”计划

——开展旅游从业专技人才轮训活动。联合县教科局、文广新局、农业局等部门，对接省内外高等院校，充分运用县城技工学校、职业学校、卫生学校、成人中专等公立学校以及三多轩培训机构、天信实业培训机构等培训机构，有计划轮训现有的旅游专业技术人才，着力提升旅游专技人才的受教育水平和整体素质，提高龙门旅游服务质量。

——实施旅游专业人才培养计划。联合省内外高等院校及专家顾问团队，依托县内外技工学校、职业学校和市场培训资源，采用“政府引导、校企合作、订单培养”的形式，按照“政府补助、企业赞助”的思路，逐步加大旅游服务人员和旅游衍生产业专业技术人才等的供给，逐步解决龙门旅游人才缺口问题。

——建立大型旅游人才实践基地。积极对接省市旅游局、省内外高等院校及龙门县旅游行业协会，以国家4A级旅游景区等核心景区（点）为示范，引导有条件的企事业单位建立大型旅游人才实践基地，充分调动龙门县旅游行业的岗位资源，不断加大实习岗位的供给，帮助旅游相关专业人才进行实践锻炼。

### 4.3 “素质提升”计划

——建立“旅游企事业管理人员考察学习机制”。由龙门县旅游管理部门及旅游行业协会联合牵头，每年不定期组织旅游企事业的管理人员到旅游发达地区考察学习，及时掌握先进旅游发展观念，营造行业交流、学习、借鉴、精进氛围，进一步提升本土旅游企业“市场抗压”能力。

——建立旅游高级人才委培计划。每年定期组织若干批次旅游高级人才到省内外高等院校、旅游发达地区企业开展“专业进修”、“跟岗锻炼”等类型的脱产培训活动，确保龙门县旅游高层次人才能够适应新形势、新常态下的旅游发展趋势，为早日建成全国全域旅游经济强县提供强有力的人才保证。

——举办“旅游行业职业技能大赛”。充分发挥旅游行业协会作用，每年组织旅游企业举办各类职业技能大赛，通过“岗位练兵”进一步提升旅游从业人员的业务技能水平和职业素质。

### 4.4 “人才激励”计划

——探索试行“人才公寓”奖励制度。采取“政府牵头、企业参与”的形式，建设一批“人才公寓”，对我县旅游产业尤为稀缺的高层次人才和对我县旅游产业作出重大贡献的优秀人才奖励“房子”，吸引更多“高精尖”人才到我县创业落户。

——举办“愉悦龙门（全省）旅游创业大赛”。邀请省市高校文化创意、建筑规划、策划设计等创业团队，围绕龙门全域旅游和“四菜一汤”（龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福和龙门十三汤）开展创业大赛，对获奖团队给予“创业孵化”政策资金扶持，促使龙门旅游产品的升级改造，广泛吸纳有益的意见建议，进一步激发全民旅游创业氛围。

## 第六篇 主客共享

# 一、生态共建共享

## 1 保护绿水青山

生态环境是龙门参与区域竞争的核心竞争力，是龙门的生命线。持续坚定推进国家生态文明示范县的建设工作，协调生态保护与经济社会发展关系，走绿色经济道路，使龙门的山更绿、水更清。

### 1.1 价值坚守：三线管控

从龙门整个区域协调发展的高度，按照区域生态安全格局和环境容量的要求，整合经济社会发展资源，明确哪些地方能够开发、哪些地方不能开发，以及相应的开发方式和要求，有针对性地开展整治工作，以实现高质量的、环境可持续的、有效益的可持续发展。

#### (1) 红线调控

以多规融合为核心，协调生态保护与开发，同时加强生态屏障建设、严格保护水源地，实现生态效益与经济效益的双赢。

——**多规协调，步调一致。**对接省生态控制区划、惠州市主体功能区规划、惠州市生态控制线划定图则、县林业规划及环保规划等，以多规融合的方式，保证省、市、县一致的发展步调，实现生态效益与经济效益最大化。（一）对重点水源涵养区、水土流失极敏感区、省级自然保护区的核心区进行最严格的管控措施；（二）对龙门重要生态功能控制区、生态保育区、生态缓冲区等，进行适度开发利用，但必须保证开发利用不会导致环境质量的下降和生态功能的损害；

（三）对于农业区、城市建设开发区必须推广生态农业、严格控制面域污染，注重城市绿地系统建设，提高城市绿化率。引导各水泥厂加大技术研发的投入力度，探索低碳、环保的生产作业方式，降低对环境和道路的破坏，引导石灰石运输由原来公路运输改为轨道运输。

——**生态屏障建设。**（一）区域生态屏障建设，以林业为主。稳步推进生态景观林带工程、森林碳汇工程、森林进城围城工程和乡村绿化美化工程等林业四大重点生态工程建设工作；强化森林资源管理和保护，加强现有的10个森林公园风景林营造和林相改造及尽快开展落实4个镇级森林公园建设；优化林种结构，发展水源涵养林，做好水土流失治理工作；严格执行限额采伐制度，加强木材加工行业监管。（二）城镇生态屏障建设，以农业为主，结合主体功能区划分进行建设。东部综合发展片区采用稻田立体种养、基塘结合、生态农庄观光等模

式，以农田保护区和绿色食品生产基地建设、观光农业区建设为重点，开展以生态种植为主的生态农业建设。北部生态发展片采用丘陵山区立体农业、庭院立体经营等模式，以沿河流两岸生态农业带建设、绿色和有机食品基地建设建设为重点，开展以生态防护为主的生态农业建设。西部和西南部旅游商贸发展区采用生态屏障（缓冲）区建设、生态农庄观光等模式，以沿道路生态农业隔离带建设、城乡之间生态农业缓冲区建设、生态农业观光园区建设为重点，开展以生态屏障功能为主的生态农业建设。

——**饮用水源保护**。（一）按照广东省最严格水资源管理制度及实施办法，落实水资源“三条红线”管理。（二）积极完成镇级饮用水源地划分报批和护区规范化建设工作，并探索水源保护区与观光休闲旅游的协调机制。

表 6-1：龙门县乡镇饮用水源保护区一览表

序号	乡镇名称	水源地名称	水源地类型
1	地派镇	天堂山水库饮用水源保护区（备用）	湖库型
2	地派镇	地派镇合子河饮用水源保护区	河流型
3	蓝田乡	蓝田乡小洞河饮用水源保护区	河流型
4	龙华镇	龙华镇阴坑河饮用水源保护区	河流型
5	龙江镇	牛蕴肚水库饮用水源保护区	湖库型
6	龙潭镇	左潭地下水水源保护区	——
7	龙田镇	白沙河水库饮用水源保护区	湖库型
8	麻榨镇	麻榨镇鳌溪河饮用水源保护区	河流型
9	麻榨镇	麻榨镇龙门河水源保护地	河流型
10	平陵镇	翁坑水库饮用水源保护区	湖库型
11	永汉镇	梅州水库饮用水源保护区	湖库型

来源：龙门县水利发展“十三五”规划

## （2）绿线提升

协调生态保护与经济社会发展关系，转变思路，从源头上减轻污染，包括控制企业落户、排污控制、清洁能源及绿色交通方式的使用。

——**准入门槛**。（一）坚持“企业落户，环保先行”的理念，严把项目环评审批关，坚决不上不符合生态产业规划和环保要求的项目。（二）在领导干部政绩考评体系中增加生态文明的考核权重，突出经济发展质量、生态环境质量、社

会发展和人文发展等方面指标的比重，杜绝不符合要求的项目随意进入。

——**动态跟踪**。对华润、光大、塔牌等位代表的建材企业进行集中控制，必须对水泥企业的排污设备进行在线监测，随时对企业排污情况进行动态跟踪。另外，从技术上探索生态化生产方法，引导传统建材工业科技化、生态化转型发展。

——**推广清洁能源与绿色交通**。发展太阳能、风能、沼气等清洁能源和可再生能源，使用城市燃气，使中心城区家庭基本普及天然气。推广“绿色”机动车，推行公交优先，可研究发展有轨电车，鼓励燃气车、自行车等绿色公共交通。另外，严格执行《轻型汽车和重型柴油机（发动机）达标车型目录》，制定高排放车型目录，实行新车准入制度。

### （3）蓝线治理

有针对性地开展污水治理及流域治理工作，保障水生态安全。

——**工业废水治理**。加大工业废水治理力度，开展工业废水深度治理等为重点的污染减排工程，逐步淘汰、关闭重污染企业，同时严格执行环境影响评价和总量前置审批制度，提高环保准入门槛，并加大巡查力度，加强水质监测，打击各类环境违法行为。

——**小流域治理**。落实《广东省小流域综合治理工程规划（2011-2020年）》的实施任务，对蓝田河、大坑河、密溪河、白沙河、路溪河、邓背河、蓝潯河、鳌溪河、大陂河、油田河及南昆河等11条河流进行整治，以提高中小河流防洪标准、保护河道生态系统、旅游可持续发展为目的，开展河道清淤、安排整洁、河岸生态修复等，实现河水清澈、河道畅通、河面清洁和河岸靓丽，优先对蓝田河、路溪河2条河流治理作为首批整治工程予以实施。

——**农村污水治理**。探索“政府+农家乐协会+个体户”模式，加强农村生活污水治理，统筹优化农村生活污水处理设施建设，保障乡村旅游可持续发展，尤其是乡村民宿、农家乐等业态。

## 1.2 容量监管：动态管理

从可持续发展的角度，关注生态资源开发量，在项目招商、开发建设及土地监管中建立动态管理机制，实时调整，确保生态安全。

### （1）以供定需

从需求约束走向供给约束，转变传统开发思路，转变角色，结合供给侧改革的要求，确立“以供定需”新思路，根据环境及市场变化即时调整。

——**选商引资**。（一）对生态旅游产品全面摸盘的基础上，以丰富旅游产品

结构为目标，确立休闲游憩、文化娱乐、运动健身等产品的需求主调，满足龙门产品需求的企业（开发商）方可进入。（二）提升龙门生态旅游行业的准入门槛，可研究制定生态资源有偿使用、投资额设定最低门槛、建设强度限定最大规模、首期工程投入占比最低标准等指标，筛选有品牌、有信誉、有实力、有效率的企业。

——**开发建设**。（一）以“分区协调、精细管理、弹性控制”的思路，从环境生态承载量、资源空间承载量、心理承载量和经济承载量等四个影响因素来核实生态区块的生态旅游环境承载力，从而进一步确定旅游开发建设强度，避免土地指标无节制使用。（二）在限定的土地指标控制下，以“生态性、前瞻性、市场化”为原则，建立“政府—企业”关于建设方案的有效沟通、分工协作机制，促进项目顺利落地、土地使用合理。

——**景区接待**。结合《景区最大承载量核定导则》，地方和行业已颁布的相关法规、政策、标准，采用定量与定性、理论与经验相结合的方法核定景区最大承载量，并制定相关游客流量控制预案。另外，可制定“超载”应急预案，合理引流、分流，调控景区“瞬时承载量”，保障景区游客体验质量与安全。

## （2）供后监管

避免土地供应后项目出现“囤地”现象，从平台、机制等方面进行实时动态管理。

——**构建“一张图”综合利用监管平台**。积极推进闲置土地空间信息化管理，努力搭建“批、供、用、补、查”一体化管理数字应用平台，县乡并举，全网覆盖，运用科技手段严格土地利用监管。

——**建立用地信息公开和合同监管制度**。土地供应后，县局督促用地单位制定《建设项目用地信息公示牌》，将土地供应相关信息挂牌公示，接受社会监督。加强土地出让合同监管，对已供土地建设进度情况进行实时巡查，建立土地利用监管信息档案。

——**创新部门联动引入第三方考核机制**。联合县国土、住建、房产、林业、旅游等部门相互函告建设项目过程中的土地交易、土地审批、规划许可、施工许可等信息，共同开展土地供后监管工作。引入第三方考核机构，对照土地出让合同约定（预先设置项目退出机制）的相关内容进行考核，对考核不合格及变相操作的，取消优惠政策，追还政府补贴资金及土地指标。县住建、国土部门不得为不合格项目办理竣工验收备案。

## 2 利用金山银山

在保持生态安全的基础上，以开发促进保护的方式推进生态建设持续进行，建立保护与开发建设相协调的局面。

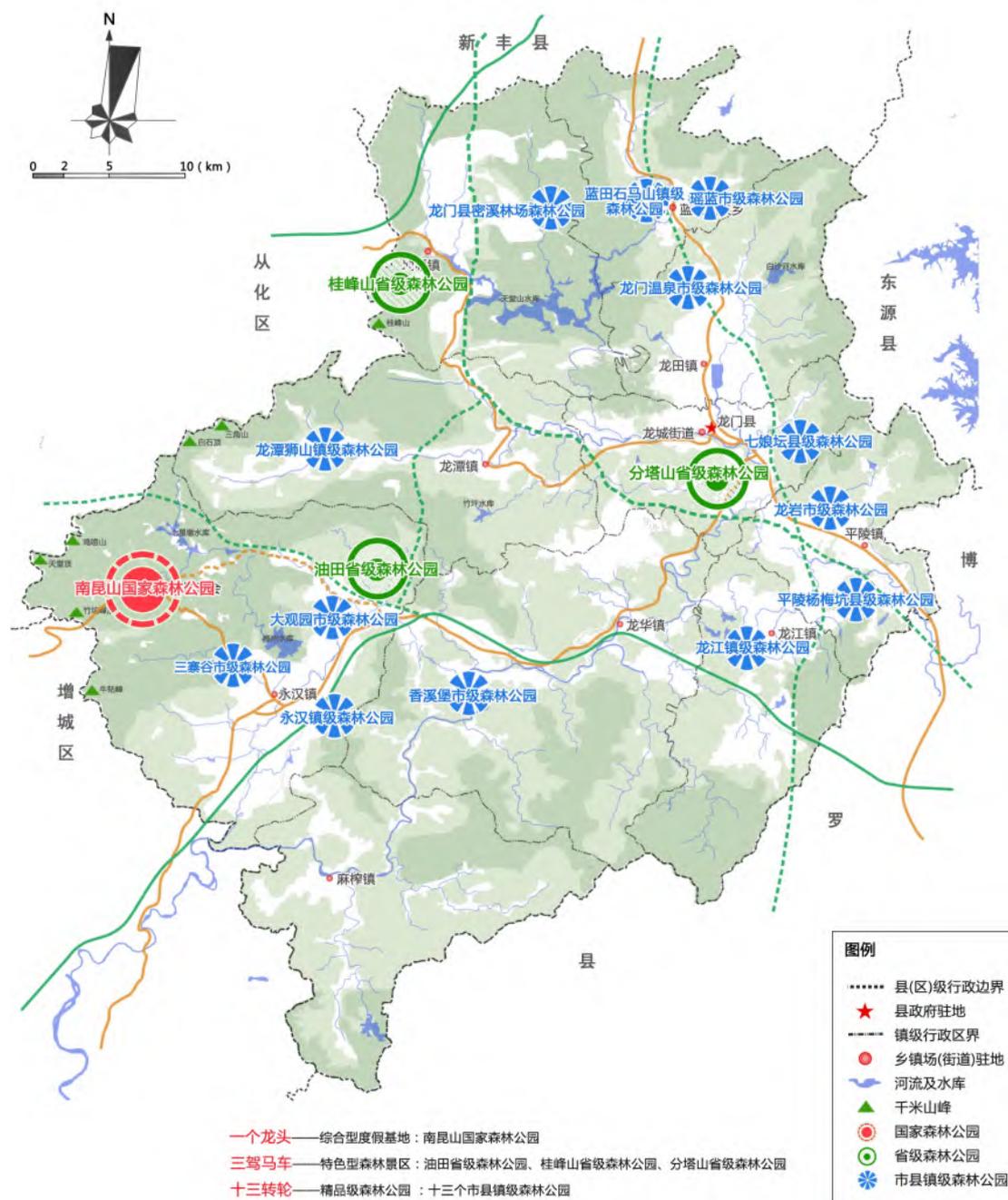


图 6-1：森林旅游发展指引图

### 2.1 森呼吸：生态体验地

在全域旅游的背景下，南昆山旅游开发与龙门“八山一水一分田”的生态格局及 75%以上的森林覆盖率相对比，显得极不匹配。森林旅游是朝阳产业、富民

产业、绿色产业，严格按照《惠州市主体功能区规划》对森林公园的开发指引，开展森林旅游，以“**全国森林旅游示范县**”为目标，将庞大的森林“过客”转变为森林“体验者”，形成以“度假”为核心，多元化发展的森林旅游格局。可通过“公园平台化，项目市场化”的模式，搭建旅游投资平台，促进社会资本规范进入森林旅游领域。

### **(1) 一个龙头：综合型度假基地**

南昆山生态旅游区是龙门旅游核心支撑，从“政策高度、品牌亮度、产品引力”三个方面进行全方位优化度假品质，扩大发展格局，打造国际生态度假山，发挥示范性和带动力，引领龙门森林旅游的发展。

——**政策高度**：站在贯彻落实国家政策的高度，扛起先行示范的大旗，谋划解决现实瓶颈。（一）三个对接，五大示范。全面对接《关于加快发展森林旅游的意见》、《国家林业局关于推进森林体验和森林养生发展的通知》、《全国城郊森林公园发展规划（2016-2025）》等文件，以国家和省市政策为导向，在规范化经营、林业产业发展、森林体验和森林养生、智慧旅游、林权流转模式等领域上走上前列。（二）市内突破，省级统筹。高标准、高起点谋划好环南昆山森林温泉度假旅游产业集聚区，走“山上品牌，山下产业”的生态保护道路，在成功上升到省级平台的基础上借鉴南海国家旅游产业集聚试验区的经验，探索申报国家级旅游产业集聚（实验）区；对接《珠江三角洲地区旅游一体化规划（2014-2020年）》，近期在市级层面统筹南昆山、罗浮山旅游合作，中远期在省级层面统筹广州、惠州两市四地（龙门、博罗、从化、增城）合作，共同构建环南昆山旅游产业带和无障碍生态旅游圈，将其建成全省生态旅游产业示范区域和山区生态旅游综合配套改革先行区，创建国际生态度假旅游目的地。（三）规范市场，获取财政支持。对接《龙门县促进旅游业升级发展实施意见》及旅游扶贫政策，管委会需在厘清土地权属的前提下，针对性地建立社区参与机制的基础上进行旅游惠民建设，杜绝“乱搭乱建、违法经营”等问题，规范市场运营，提高接待品质；对接县旅游、林业主管部门，获取县财政（1:1）补贴，对南昆山道路体系、给水设施、污水处理等基础配套相对薄弱进行改造升级建设。

——**品牌亮度**：擦亮品牌名气，拉开与其他森林旅游项目在行业影响力和市场知名度上的差距。（一）国家级旅游度假区。贯彻落实《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》、《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》、《关于开展国家级旅游度假区评定工作的通知》，继续走“休闲度假”道路，在成功申报省级旅游度假区的基础上创建国家级旅游度假区，成为继国家生态旅游示范区又一金字招牌，打造成为惠州乃至广东省的旅游休闲度假产业新

名片。（二）国家森林体验和森林养生基地。响应《国家林业局关于推进森林体验和森林养生发展的通知》，有效利用森林在提供自然体验机会和促进公众健康中的突出优势，加强基础设施及配套设施建设，打造国家森林体验基地和森林养生基地试点，促进中医药健康旅游示范区建设。

——**产品引力：**内容为王，创新多元化、多层次、季节性更替的产品体系，强化市场吸引力。（一）开创 IP 智造模式。在信息过剩和注意力稀缺的背景下，以“理由-话题-流行-粉丝-消费”的运营模式，将“生态进行到底”作为核心理念构建度假场景，形成以“十字水”为代表系列高端度假场所，跨界整合养生、艺术、会议等领域，探索构建“度假村+养生+艺术”的南昆山 IP 体系，将南昆山作为一个跨界平台。（二）一庄一主题、一街一同盟。基于生态保护与环境协调，采用差异化、集聚集约的发展理念，建立一批主题度假山庄，吸引不同市场；另外，优化度假衍生产业，在休闲街区的塑造中，采取“异业同盟”的方式，避免单一业态进行到底的现象，提供多元服务，优化游客体验，做强消费经济。（三）运动升级，森林体验。以森林体验为目的，避免大项目、大建设，挖掘南昆山六座千米高峰魅力，以登山步道、林中栈道、空中缆车的方式从“树脚、树梢、树顶”的角度来体验南昆山，丰富南昆山的游憩体系。（四）“3+4+2”产品体系。合理引导旅游市场需求，建立以“竹海观光、科普研学、风景摄影”为基础，“森林度假、健康运动、休闲娱乐、森林养生”为核心，“艺术体验、商务会议”为延伸的九大旅游产品。

## （2）三架马车：特色型森林景区

森林旅游项目的优劣，重要的不是规模体量，而贵在特色亮点。龙门县现有 3 个省级森林公园，坚持可持续发展理念，走平台化发展道路，制定项目准入机制，打造成为龙门森林旅游的新增长点，为龙门旅游发展注入新活力。

——**油田省级森林公园：自驾园。**油田省级森林公园临近南昆山及温泉带，随着南油公路、汕湛高速建成通车，其交通条件进一步改善，直接面对珠三角核心市场。以生态建设为基础，以自驾车游发展为统领，环油田森林公园进行汽车露营地建设，集自驾车服务、休闲度假、漂流运动为一体。从以下方面逐步推进：

（一）主动配合汕湛高速、南油公路的推进工作，极大优化交通区位条件；持续推进昆山峡漂流项目、龙门溪谷度假村项目，加快落地建设，尽快形成旅游接待能力。（二）开展汽车露营地建设，实现三步走：首先联动南昆山及温泉旅游发展，做好自驾车服务功能配套，包括帐篷、简易床、睡袋和小型炊具、加油加水 and 停车场服务等，填补自驾游市场空白；再转向面向季节性居住和长期度假群体，开展度假木屋、公共运动场、酒吧、购物场所等建设，开展营地社区化发展，形

成市场吸引力；最后运用互联网精细化发展，细分市场，以“住宿单元 1+特色环境 X+有趣活动 N”的模式，形成持续生命力。（三）持续强化汽车露营地的接待品质，构建“营地+”合作发展模式，引进运动、休闲等项目，不断丰富森林公园的旅游产品体系。

——**桂峰山省级森林公园：运动山**。桂峰山省级森林公园呈现两山夹一沟的地势，沟谷纵横，有大小溪流 20 余条；另外，园内 1000m 以上山峰 9 座，其中桂峰山顶 1085m，为广州地区五座最高山峰之一，生态环境及特色俱佳。目前桂峰山旅游发展极度缓慢，桂峰山生态旅游项目档次较低，停滞不前，而陈洞白水寨项目刚起步建设，桂峰山旅游发展急需一个全新引爆点。从全域旅游角度出发，结合桂峰山的生态环境及土地指标等相关因素，建议以体育运动为统领，走景区驱动发展道路，引领桂峰山森林公园旅游发展。主要从以下方面来进行：（一）主动联系桂峰山生态项目，以问题导向为原则推进项目在接待设施、景观营造、服务质量上的优化提升；另外，持续跟进陈洞白水寨项目，尽快形成旅游接待能力。（二）引进暗夜公园品牌建设，打造广东省第一“暗夜公园”，开展观星等体验活动，进行资格认证（国际暗夜协会授予“暗夜公园”称号）；另外实施探险漂流、徒步登山、空中索道、攀岩等森林体验项目建设，塑造龙门新视点，作为龙门度假旅游的调剂品。（三）可通过统筹园内运动体验性景区，实行套票制；策划赛事节庆不定时地激活市场关注度，如桂峰山国际登山节；联系广东天文协会及相关天文爱好者协会，将其作为广东省天文观测基地等构建“观星体验+森林运动”为核心，“生态度假、森林观光”为基础的产品体系，形成桂峰山的核心竞争力。

——**分塔山省级森林公园：休闲山**。分塔山省级森林公园是龙门县城之肺，集休闲、旅游、娱乐、运动于一体的城市森林公园。在全域旅游主客共享的理念下，继续强化塔山的城市绿肺功能，走“休闲驱动”发展道路，增加休闲娱乐内容，扩大市场覆盖度，成为城市生态休闲窗口。主要包括下面几个方面：（一）开展基础设施建设、景观林建设、林相改造、环境设计等工作，全方位提升公园的景观质量，特别是公园入口、水西塔、沥潭庙等处。另外，结合西林河风情廊道建设，优化山下沿河景观，严格控制西林河南岸建筑高度，避免“登塔不见河”的情况。（二）以“山上休闲，山下产业”的模式，结合外地游客的需求，园内增加文化展示、运动健身、民俗演艺、生态休闲、机动游戏等项目，满足本地居民及外地游客的城市休闲需求；同时，协调山下建设用地指标，以休闲街区、夜市等形式连接公园、西林河，丰富夜休闲生活。（三）通过联合营销、业态设计、水上交通等方式与历史老城发展形成合力，并联动龙城街道内的文化遗存，包括东郊场、花围村等。

### （3）十三转轮：精品级森林公园

精品级森林公园犹如龙门森林旅游的“饭后甜点”，让人回味无穷。以龙门县市镇三级森林公园为载体，通过“一园一主题，一庄一特色”的创建行动，精致化、特色化发展，将森林公园打造成为龙门旅游的“后味之作”。

——**坚守森林本色**。通过生态文明示范县建设，以生态景观林带、森林碳汇工程等不断提升森林公园森林覆盖率、加强森林公园风景林相营造与林相改造、优化林种结构与水土流失治理工作、强化林业监管并执行限额采伐制度，保护生态环境的原真性及完整性，守住森林本色。

——**“一园一主题”**。引导森林公园的差异化发展，充分挖掘文化、遗址、生态等特色，全面推进“一园一主题”的创建行动，力争每个森林公园都有特色鲜明的主题定位，并以此为准则，优化升级整体布局、休闲设施、活动组织、景观设计、道路绿化、配套业态，避免同质化竞争。另外，结合森林禀赋及市场需求，关注森林公园的产品体系，构建集吃、住、行、游、娱和文化、体育、保健、医疗等于一体的森林体验与养生体系。

——**“一庄一特色”**。从经济效益及森林体验的发展角度来看，适量度假配套必不可少。基于“一园一主题”的差异化发展思路，将森林公园作为休闲配套，以“前庄后园”的方式，延伸发展互补性、配套性的休闲娱乐产品，如森林浴场、林中栈道、森林音乐会等业态，以此丰富游客体验，激发消费动力。对于度假山庄的建筑设计、室内装修、环境设计等充分结合公园主题特色，一脉相承。

——**“森林人家”创建**。对接国家林业、旅游、环保部门关于“森林人家”品牌及相关建设标准、准入条件，联合开展森林人家评定工作，将“森林人家”作为旅游富民（扶贫）的重要载体。结合万企万村帮扶行动，从森林人家的政策、资金、市场、人员等方面进行考虑，采用“政府引导、市场运作、企业（大户）投资、职工参与、农户联动”的原则，推进森林人家的建设运营，促进林业转型发展。

## 2.2 跃龙门：投资新洼地

随着香溪生态文化小镇、十里水湾等滨水项目的上马，龙门河逐步成为资本集聚地，进入滨水旅游开发时代。通过滨水项目开发，联动龙门森林、温泉、乡村等，引领龙门旅游业腾飞。

### （1）休闲产业带

龙门河贯山通水，是展示龙门魅力的重要部分，更是龙门旅游发展的黄金腹地。采取“政企共建”的开发模式，结合沿线城镇、乡村及农田，挖掘区段的特

色，打造自然风光、人文特色、农业休闲、红色水乡四段锦，成为龙门滨水休闲新地标。



图 6-2：龙门河四段锦示意图

——**自然风光段**。主要包括地派境内天堂山水库、龙门河天堂湖—黄竹沥段，采取“省、市、县、局共建”的开发模式，按照最严格水资源管理的要求，全面落实水源地、林业保护政策，保证天堂山水库区林木自然景观，落实生态公益林、景观林等建设，保证了水域自我净化能力及自然景观品质。在临河段人口集聚的乡村可建设不同规模的乡村公园、亲水平台，通过绿道进行串联，作为主客共享的自然观景长廊。控制桉树等速生林规模，适当开展林相改造，美化水岸沿线自然景观，总体营造“天蓝、水净、岸绿、景美”的自然景观风貌，成为龙门河生态建设示范段。

——**人文特色段**。主要是西林河段，采取“政企民共建”的开发模式，对接县城总体规划及政策，对西林河两岸进行统一规划，统一方向、统一标准、统一

政策，成为龙门河城市休闲第一段。从以下方面进行推进：（一）严格按照《城镇污水处理厂污染物排放标准》一级B标准及广东省《水污染排放限值》一级标准，确保出水水质达标排放，保证下游水质，促进生态建设。（二）以环城南路、香槟西路为示范，打造滨江休闲步道，优化提升两岸陆上绿道网络，建立公共自行车管理与运营系统；按照风情廊道建设要求，推进南门古渡口、塔山渡口、甘香渡口等建设，探索发展水上游船、皮划艇项目，打造水上动线，并与陆上绿道联动，为市民及游客营造城市休闲体验。（三）与周边片区联动发展，可以水陆动线为纽带，打通与历史老城、塔山公园、东较场、花围村的空间联系，融现代人文与历史文化于一体，并在环境整治、景观营造、功能定位、业态建设等领域实现一体化协调发展。

——**农业休闲段**。主要是龙门河樟潭—西族段，采用“县、镇、企共建”的开发模式，由龙门县进行统筹，龙城、龙华参与，农业及旅游企业为主体，共同打造龙门滨河农业统筹发展示范段。从以下方面进行推进：（一）结合美丽乡村三大行动，提升沿河两岸乡村净化、美化、绿化水平，并结合名村名镇标准强化滨河两岸景观营造、联通并美化乡村道路，保证两岸可进入性、可观赏性。（二）以“园区化、专业化、休闲化”的发展理念，以“鱼允岛（九岛十八湾）、香溪堡”等为引领，培育一批休闲农业园区，引导传统农业向以花卉园艺、中药材、精品蔬果、休闲观光农业为支柱的休闲、健康农业转变；与周边乡村统筹开发，引导农村、农田、农民向景观农村、景观农田和景区农民转变；同时，通过水上游线、乡村绿道串联各大园区、乡村旅游点，发展游船体验、农业采摘、乡村度假、农事体验等特色产品。（三）积极对接最新农地“三权分置”办法，采取“合作社+企业+农户”的模式，统筹农地经营权，构建以“休闲、农作、收货”为主要形式的新型农业休闲模式，游客可以进行认种土地、认养蔬菜、耕作播种，体验吃农家饭、干农家活、住农家房的农家生活。（四）以龙华段为示范，探索创建广东省级设施农用地管理试点，赋予龙华先行先试优惠，农业重大项目由市统筹配套建设用地指标；加快镇财政补贴工作效率，采用建设项目先建后补、当年建设当年补贴的方式，有效缓解农业项目资金压力。

——**红色水乡段**。主要是龙门河麻榨段，采用“县、镇、企业共建”的模式，搭建“十里水湾”旅游发展平台，激活龙门河麻榨段，成为增龙旅游合作的桥头堡、南昆山—罗浮山旅游一体化的一颗明珠。（一）通过小流域整治工程，提升麻榨防洪标准；同时，争取县镇财政1:1比例投入或形成PPP项目，结合小流域整治，共同开展滨河两岸的景观提升、乡村滨水绿道、风雨亭、游船码头建设，合理置入并培育乡村休闲业态的发展，如特色民宿、水上市集、美食购物街区等，实现富民强村、平衡运营维护成本等综合效益。另外，同步开展圩镇、乡村的环

境卫生、景观风貌建设，满足旅游休闲需求。（二）以“红色水乡”旅游项目为突破口，优先发展大派洲岛、横汉岛，以此为引爆点，联动红色遗址、古村落、农业园等，逐步做活水上游、古村游、休闲游等业态。另外，全力配合龙博公路建设，以“红色水乡”体验让麻榨成为南昆山—罗浮山旅游一体化中的重要节点。

（三）在市县级层面统筹增龙旅游合作，以“跃龙门，修正果”为主线，以麻榨红色水乡先行示范，联动正果镇正果寺等周边资源，打造区域旅游线路，提供宗教祈福、文化体验、农业休闲、乡村度假等特色产品，推进增龙旅游一体化发展。

## （2）旅游风景带

顺应自然，保育生态，强化水资源保护和合理利用，加强流域生态系统修复和环境综合治理，包括铁岗河、蓝田河、大坑河、密溪河、白沙河、路溪河、邓背河、蓝滘河、鳌溪河、大陂河、公庄河、芒派河、油田河及南昆河等，把握共性要求，差异化发展，作为龙门河休闲产业带的延伸。

——**把好生态修复关。**统筹中小河流综合整治、城乡防洪及水生态环境保护等工程，按照“防洪排涝、截污治污、景观美化、生态修复”的原则，形成保障民生、服务民生、改善民生的水利格局，作为全域旅游发展的毛细血管，成为深度体验龙门的腹地。

——**把好项目准入关。**根据产业相关政策的环保准入条件和投资项目负面清单管理等方面的管理政策要求，把好建设项目的环保准入关。提高项目环评文件编制质量，按市环保局要求，开展好建设项目环评文件技术审查工作，把好评审文件编制质量。建立县重点项目服务制度，对符合绿色 GDP 的建设项目，建立行政审批绿色通道。

——**把好慢行休闲关。**结合全域旅游发展需求，以“开发促进保护”的理念，以“完善旅游设施、改善投资环境、造福当地村民”为目的，着手推进沿河旅游风景道、水上游线、水岸景观、服务驿站等规划设计与落地实施。全面对接规划设计、投融资、工程建设、运营维护等环节，以县镇财政 1:1 比例投入、PPP 项目、吸纳乡贤及慈善家群体的捐献等三种方式来推进慢行休闲项目落地。另外，可建立“政府、企业、群众”三级监察考核机制，保障慢行休闲体系的落地实施。

——**把好业态体验关。**以乡村旅游风景道及水上游线为纽带，打通南昆山、温泉景区、森林公园、县城、乡村旅游点之间的空间联系，以“差异化、体验性”为原则，引导沿线乡村参与休闲产业的开发，推进旅游扶贫富民工程，重点扶持特色民宿、旅游购物店、农家乐、游客驿站、乡村创意吧等业态发展，力争孵化一批乡村旅游模范村、模范户和致富带头人。另外，通过休闲业态布局，盘活“空心村”，加强乡村与山脉水系相互联系，延续乡村历史文脉，促进美丽乡村建设。

## 二、市场共建共享

根据龙门交通及旅游市场的发展来看，明确龙门未来发展的重点区域。通过营销宣传刺激外来游客、本地居民旅游消费市场及项目招商做大旅游投资市场促进旅游消费与投资，将生态福利转化为旅游红利，让本地居民及外来游客共同分享市场蛋糕。

### 1 旅游市场定位

#### 1.1 定位策略

——**依托区域，深挖地缘市场**；立足珠三角一小时生活圈的区位优势，集中主要精力，重点对接广州、深圳、东莞及惠州市场。特别是要开发珠三角的周末及节假日休闲旅游市场。同时立足森林温泉度假品牌优势，吸引穗莞深休闲度假市场，并通过口碑宣传、多媒体宣传等途径，扎根珠三角市场及提升品牌认知度。

——**依托交通，覆盖主流市场**；加快推进高速公路等对外交通网络建设、完善内部集散体系及慢行交通体系建设，强化旅游交通承载力、景观风貌水平及与珠三角高速交通网络的衔接。锁定珠三角地区高速公路网、轨道交通网、航空网等立体交通网络的主要交通枢纽，将其作为营销宣传的主战场，并加强与交通线路途径地和目的地城市的旅游合作，提高宣传推广力度，使之发展成为龙门旅游市场的中坚力量。

——**依托特色品牌，抢占特色市场**；依托“森林度假、温泉养生、田园观光、民俗文化”四大旅游精品，积极开发商务、健康、研学等特色旅游，先行先试，打造成为全国层面的新兴旅游业态的示范基地，抢占全国范围的特色旅游市场。

#### 1.2 可进入性

交通可进入性是旅游客源市场定位的重要前提。高速交通瓶颈的突破在龙门县“首次腾飞”的进程中，起到了加速器的作用。下阶段，龙门县市场的二次腾飞同样需要交通助力。在交通区位增强的情况下，龙门应站在更高的层面进行把控，利用惠州市及珠三角交通网络进行客源市场开发。根据目前游客出行的趋势，建议以自驾车为核心，轨道交通市场为补充，航空交通市场为延伸。

##### （1）自驾车市场

在观光游向休闲、度假游转型的背景下，自驾车成为游客出行的首选方式，特别是要前往一小时到五小时经济圈内的目的地时。以龙门县为目的地，进行游客交通线路倒推，我们可以锁定如下客源市场：

表 6-2: 龙门县自驾车客源市场梳理

自驾时间	交通覆盖面	重点城市	重点干线
一小时	东莞、惠州北部、广州东部地区及周边县区	广州从化及增城区、博罗、惠城河源、新丰、东莞城区等	广河高速、S224、S355、S353、S119
两小时	珠三角东部地区、粤东地区	深圳及广州城区、惠州、梅州、佛山、香港、肇庆、清远等	广河高速、莞佛高速、从莞深高速、广佛高速、广肇高速、广清高速、广州绕城高速、惠河高速等
三小时	珠三角西部地区、潮汕地区、粤北等	珠海、澳门、中山、韶关、云浮、阳江、江门、汕尾、揭阳、汕头等	济广高速、汕湛高速、珠三角环线高速、沈海高速、京珠高速、开阳高速、西部沿海高速等
五小时内	粤西、广西、湖南、江西、福建等	桂林、玉林、梧州、厦门、漳州、龙岩、赣州、郴州等	广明高速、江罗高速、广梧高速、深汕高速、济广高速、京珠高速、梅龙高速、大广高速、粤赣高速等

备注：车程越短、经济越发达、人口越集中的城市越有市场开发价值。自驾车时长在 5 小时以上的市场，开发价值有限。

## (2) 轨道交通市场

目前，龙门县并未建设轨道交通站点，随着城际轨道和高速铁路的普及，轨道交通已经成为游客出行的主要交通方式。以龙门县为目的，轨道交通至少中转一次，设定轨道交通性质及中转次数进行游客交通线路倒推，我们可以锁定如下客源市场：

表 6-3: 龙门县一次中转轨道交通客源市场梳理

市场分类	重点线路	重点城市	重要站点
国铁	京九客专、京九铁路、京广客专、贵广高铁、南广铁路、厦深高铁、广汕铁路等	北京、武汉、南昌、郑州、长沙、桂林、肇庆、南宁、厦门、潮州、贵阳	广州南站、广州东站、惠州站、惠州北站、惠城南站、惠州南站等
城际铁路	广珠城轨、穗莞深城轨、莞惠城轨、中虎龙城轨、广清城际；	珠海、东莞、佛山、深圳、广州、惠州、中山、清远等	广州站、广州北站等

备注：需二次中转的铁路市场开发价值有限，不建议纳入开发范围。

### (3) 航空交通市场

航空交通是中远程出行和出入境游的主要方式，也是高端游客出行的最佳选择。龙门县并未建设客运机场，但与广州白云机场、深圳宝安机场、惠州平潭机场仅有两小时左右的车程，同样能输送客源。具体市场如下：

表 6-4：龙门县航空交通客源市场梳理

机场门户	国内直飞城市	国际直飞城市
广州白云机场	北京、上海、长沙、南京、厦门、武汉、成都、重庆、杭州、南京、贵阳、大连等	香港、台北、新加坡、首尔、东京、曼谷、洛杉矶等
深圳宝安机场	厦门、宁波、上海、大连、长春、西安、成都、重庆、贵阳、海口、武汉、郑州等	澳门、台北、大阪、首尔、吉隆坡、曼谷、新加坡、胡志明等
惠州平潭机场	杭州、上海、重庆、北京、成都、哈尔滨、长沙、海口、昆明、西安	---

备注：距离较远的省内机场难以为龙门输送客源，不建议纳入开发范围。

## 1.3 市场细分

基于市场定位策略和交通可进入性分析，锁定如下细分市场：

表 6-5：龙门县旅游市场细分表

市场级别	主要城市	目标人群
一级市场 扎根粤港澳	<b>以珠三角为核心的粤港澳市场：</b> 包括广州、深圳、东莞、惠州、香港、澳门、佛山、珠海、中山、韶关、肇庆、揭阳、汕头等	以自驾游为主，重点是家庭团体、商务人士、公务人员和职工白领等；
二级市场 面向全中国	<b>以京广大动脉沿线一二线城市为核心的国内旅游市场：</b> 重点包括北京、上海、武汉、郑州、长沙、济南、重庆、杭州、南京、大连、宁波、厦门、海口等城市；	以高速公路、轨道交通为主，航空为辅，重点是旅行团、家庭团体、商务人士等；
三级市场 辐射一带一路	<b>以“一带一路”为核心的入境旅游市场：</b> 重点包括台湾、新加坡、吉隆坡、曼谷、胡志明、伦敦、巴黎、汉堡、首尔、东京、大阪、首尔等城市；	以航空为主，重点是商务团体、公务团体和旅行团等群体；

## 2 旅游营销推广

### 2.1 营销策略

——**以消费者为中心**。随着国民休闲时代的到来，旅游供给日益多元化。这加剧了游客的选择困难症和审美疲劳。龙门旅游市场推广应该避免以产品为中心的营销策略，转为以消费者体验为中心，嵌入到消费者的生活方式中去，包括信息渠道、出行方式、人际网络、兴趣爱好等领域。唯有了解消费者，才能吸引消费者。

——**线上线下无缝对接**。重视新兴营销渠道的使用和作用，尤其是以 OTA 为核心的网络营销平台，同时加强传统渠道的营销力度，实现线上、线下渠道的整合；另外，跨界整合旅游产业链资源，包括投资商、供应商、酒店及旅行社等行业中间商，发挥各自优势，形成合力，共同做大市场蛋糕。

——**定向定点精确引爆**。将市场营销的起点和重心锁定在核心市场里，尤其是广州、深圳、惠州、东莞四大城市为主的珠三角市场，并在当地核心媒体、主要交通枢纽投放广告，通过酒店、旅行社和 OTA 平台吸引客源，并通过一系列民俗文化节庆、运动赛事的举办，引爆地缘市场，进而吸引更多广泛的市场关注。

——**市场化专业分工**。旅游市场营销是极为繁杂、系统、长期的事务。镇级乃至县级政府部门难以胜任全部工作。建议除行政宣传事务继续由旅游局、文广新局等部门负责外，将龙门旅游市场营销相关的策划、设计、执行、管理等事务分类打包，面向市场招募公司进行长期战略合作，专业分工，发挥所长，并有效整合其市场资源，以此达到宣传推介最佳效果。

## 2.2 推广渠道

### (1) 一个战略渠道

**互联网+**：以移动社交媒体为先锋，以旅游电商平台（OTA, 在线旅行社）为载体，以大型门户网站为补充，开展系统化、个性化的网络营销工作。

表 6-6：龙门互联网+营销渠道指引

媒介细分	主要平台	宣传思路
移动社交媒体	微信、微博等	<p>设立龙门旅游公众账号，经营粉丝群体，成为龙门旅游市场网络营销的策源地。推广森林温泉度假方式，通过旅游攻略、摄影作品、影像音频、游客故事等内容，拉近与消费者的心理距离。</p> <p>配合最新的旅游资讯和促销信息，激发游客旅游动机。并借助游客转发和分享等口碑营销，引起更大范围的市场关注。</p>

媒介细分	主要平台	宣传思路
社交网络平台	百度贴吧、豆瓣社区、天涯论坛、同城网、旅游攻略网、驴友网等	设立公众账号，经营龙门旅游休闲度假主题版块。根据当下舆论热点，发起讨论话题，并与粉丝积极互动。同时，配合旅游攻略、摄影作品、促销活动等内容的发布，激发受众旅游动机。
旅游电商平台	去哪儿、艺龙旅行网、途牛网、马蜂窝旅行网、驴妈妈旅游网等	开展龙门线上旅游服务，提供旅游线路、景点门票、餐饮住宿、交通接待等业务的在线销售、预订服务； 开辟推广专栏，不定期发布旅游攻略、摄影作品、促销活动等内容。
门户网站	《龙门旅游政务网》、《龙门旅游资讯网》	以消费者为中心，整合线上线下相关资源和营销平台，打造龙门旅游形象品牌，更好的展示龙门的旅游资源、提升龙门旅游的知名度， 同时可以让游客更直观地全面地了解龙门旅游业各方面的情况，更好地指引游客，从而为游客提供最方便最快捷的服务；并通过视频、文字、图片、音频等多种形式，展现龙门特色。
	新浪网、搜狐网、腾讯网、凤凰网、优酷网、土豆网等	不定期投放龙门旅游宣传软文、新闻稿等，提高市场知名度和曝光度；同时，加强投放旅游宣传片、视频广告和平面广告，引爆游客旅游动机。 设立旅游宣传专栏，对南昆山生态旅游区、尚天然温泉、农民画等核心资源进行系统解读，提高市场认知度；
APP	掌上龙门	加快推进“智慧龙门”建设，打造集社交互动、导游导购、票务预订、地图导航、咨询投诉等功能于一体的移动应用端，成为游客在龙门旅游最得力的助手。

## (2) 五个辅助渠道

为覆盖最广泛的客源市场，建议系统化、针对性地锁定旅游促销会/博览会、电视、报纸期刊、户外、广播等媒介。

——**旅游促销会/博览会**：主动参加省市举办的各类旅游产业博览会或促销会，特别是广东旅游国际博览会，以独具特色的农民画及瑶族民俗为吸引点，以森林度假及温泉养生为卖点，推广龙门品牌形象与产品；依托“21世纪海上丝

绸之路”的建设，以环南昆山旅游区作为整体品牌进行推介，同时以“世界森林温泉保养地”品牌作为龙门品牌形象宣传核心，拓宽与境外媒体、旅游企业的合作领域，开拓国际旅游市场。

——**户外媒介**：针对不同级别的市场，采取针对性的广告投放策略，最大化地撬动地缘市场。结合行政宣传需要，在县域范围内的公共场所、商业中心、港口码头和旅游景点以及公交车、的士等，常态化投放户外旅游建设、招商广告，并结合当季营销需要，及时更新广告内容和形式；以旅游景区营销为目标，在广州、深圳、惠州等代表性的交通枢纽长期投放景区推介广告，包括高铁站、轻轨换乘站、火车站和高速公路等；同时以城市品牌宣传为重点，不定时的在上海、北京、武汉、成都、厦门、海口等重点城市投放城市营销及旅游项目招商广告，包括机场、高铁站和国家高速路等。

——**电视媒介**：以东莞、广州、深圳、佛山、惠州的地方卫视、新闻频道为核心，精心策划龙门旅游专题栏目，并在天气预报、新闻播报、黄金剧场等时间长期投放完整版龙门旅游宣传片，逐步激活周边旅游市场；以广东卫视、南方卫视为补充，在天气预报、黄金剧场等时间投放精简版的旅游宣传片，在黄金周等节假日高效引爆珠三角市场；以中央卫视、凤凰卫视等大型频道为延伸，不定期投放精简版旅游宣传片及新闻报道，最大范围地挖掘国内和入境旅游市场。

——**报纸杂志**：以吸引小众、高端市场关注为目的，以南方都市报、人民日报、惠州日报、广州日报、深圳日报等报纸为核心，在旅游旺季投放广告，抢占市场关注度；同时，在中国国家地理、旅行者、中国国家旅游、旅游时代等著名期刊杂志投放广告，突出龙门在森林度假、温泉养生等领域的独特魅力。

——**广播电台**：以吸引周末和节假日自驾游旅客为目的，以广州、深圳、东莞、惠州等周边城市为核心，在当地电台不定时投放音频广告，以森林温泉度假景点营销为重点，并兼顾突出龙门旅游的交通便捷性、体验和农业休闲、文化体验优势和美食丰富性等，以此调动听众朋友到龙门旅游的动机。

### （3）二个特色手段

龙门宣传推广可以走特色化路径，玩出创意，玩出格调。

——**节事营销**。政府搭台，市场唱戏。利用极具本土个性和市场关注度的节庆、展会、事件策划，在短时间内炒热特色区域的话题讨论，并通过主题活动和旅游促销，将特定人群向龙门牵引，形成规模人气，进而转化为现实旅游市场。

——**影视营销**。政府主导，市场运作。通过纪录片、电影、电视剧、微电影、个人脱口秀等影视节目，在特定区域形成大范围的舆论关注，配合有预谋的公关策划、事件营销和促销活动，引起大范围而密集的话题讨论，激发市场好奇心，并逐步转化为现实旅游市场。

### 3 项目招商指引

通过旅游招商引资来做大旅游投资市场，招商工作必须从“招商引资”走向“招商择资”，推进龙门旅游二次腾飞发展。

#### 3.1 招商策略

**准确定位，有的放矢：**基于龙门旅游特色和项目发展需要，对招商对象进行精准定位，锁定招商行业和重点对象。同时，主动收集国内外有品牌、有实力、有类似成功案例、有诚信度的顶尖开发商，制定重点招商企业名录。通过发布项目库、上门招商、发送招商邀请等形式，主动与其对接，提高招商成功率。

**龙头驱动，统筹推进：**招商工作前期可率先启动重大公共设施项目、重大旅游项目的招商工作，率先取得突破，以此促进其他项目的招商工作。项目招商中，应统筹各大招商主体，明确招商分工，调动相关部门和旅游主管部门的招商积极性，形成合力，加快招商进程。

**政策吸引，营销引爆：**适当加大招商优惠扶持政策，设立明确的招商审批标准，提高企业准入门槛。同时，为更好地打开招商面，吸引更多优质的开发商，扩大项目招商选择空间，可借由网络造势、媒体宣传及招商推介会等营销手段，展开大范围的市场营销，不断提升龙门县旅游知名度。

**搭建平台，借力打力。**县政府掌握的权限和资源相对有限，短期内难以对市场、行业和企业形成较强的整合、吸引效果。龙门县应该设法跳脱出独立招商的束缚，主动联合上级政府、主管部门、行业协会和企业龙头，共同搭建旅游投融资平台，实现协同发展、资源共享和互利共赢。

#### 3.2 招商导向

龙门县要有“择商意识”，对开发商性质、投资方向、投资额、投资年限、合作方式等条件，都设定严格的挑选机制。只有最具契合度、最具实力、最具诚意的市场合作伙伴，才能更好助推龙门二次腾飞又好又快发展。

**开发商性质：**重点引进实力雄厚、有成功案例、品牌名气大、信誉度高的开发商，本土龙头企业优先考虑。以大型国有企业和大型民营集团为主，以港澳台和外资企业为辅。重点引进高端旅游投资商、OTA行业龙头、国际酒店运营集团、健康医疗集团、顶级地产开发商、大型餐饮服务企业、顶级文化传媒运营商、智慧旅游信息技术企业、顶级金融服务企业等。

**投资方向：**优先考虑引进投资基础配套设施建设、文化旅游综合体、文化创意园区、城市公园、乡村旅游目的地、自驾车营地、水上旅游、大健康产业、都

市农业、体育旅游、工业旅游等核心领域的开发商。

**投资额：**视项目规模和受关注度而定，建议一般项目上亿级起步，重大项目上十亿级起步。

**投资年限：**具体视情况而定，一般以 10 到 20 年为准。带有一定公益性并投资回报较慢的项目，可将投资年限适当延长。

**合作方式：**独资、合资、其他方式均在考虑范围，具体视情况而定，引导发挥市场对资源配置的决定性作用。

### 3.3 招商模式

龙门旅游招商工作可采取“四个一”招商模式：即搭建一个旅游投融资平台，设立一个旅游发展专项基金，招募一批旅游合伙人，建立一个旅游招商储备库。

**搭建一个旅游投融资平台。**采取“政府主导、协会主办、企业主体、社会融资”的发展模式，搭建龙门县旅游投融资平台。平台采取市场化运作模式，以项目策划、招商为重点，并积极开展与国内外投融资平台的交流合作，引进优质资本和项目。另外，建议投融资平台有意识地策划包装大型 PPP 项目，获取多方资金支持。

**设立一个旅游发展专项基金。**在投融资平台运作下，设立龙门旅游发展专项基金，主要用于龙门旅游基础设施建设、旅游项目投资、旅游品牌创建、旅游创新创业孵化相关事宜。同时，建议基金采取项目化运作模式，并建立与大型金融集团的合作，策划包装项目众筹、理财产品、企业债券等新型融资工具。

**建立一个旅游选商储备库。**建议以国内外知名的旅游集团和本土龙头企业为对象，精心挑选出一批有品牌、有实力、有类似成功案例、有诚信度的旅游企业，形成重点招商企业储备库。通过发布上门招商、招商邀请等形式，主动与其对接，提高招商成功率。同时，有意向投资龙门旅游产业的优质企业也可纳入储备库。

**建立一个旅游招商项目库。**建议以打造“国际康养旅居目的地”为指引，结合“补短板·促提升”的现实需要，精心策划一批精品旅游项目，形成旅游招商项目库，并在投融资平台投放、宣传和招商。同时，建议采取“建设一批、规划一批、储备一批”的方式，推动旅游项目的可持续化、滚动式发展。

## 三、品牌共建共享

基于惠民富民的出发点，发挥民众参与积极性，培育壮大“四菜一汤”的业态品牌，即“龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福、龙门十三汤”。

# 1 龙门客栈

树立“龙门客栈”品牌，规范民俗客栈发展，让龙门客栈成为龙门旅游富民重点民生工程，强化龙门认知度、拓宽农民增收渠道。

## 1.1 品牌演绎

**借武侠影视的认知度。**“龙门客栈”由于武侠电影《龙门客栈》、《新龙门客栈》、《龙门飞甲》和电视剧《龙门镖局》被大众所熟知，借助武侠电影中“龙门客栈”的认知度，是龙门特色民宿——龙门客栈品牌成功的关键之一。

**推寄情山水田园意境。**赋予“龙门客栈”新的内涵，有别于影视剧中武侠精神印象，从“源于自然、高于生活”的龙门本土人文情怀入手，追求“高山流水咏江湖，诗酒田园唱牧歌”惬意情境，从而使新旧品牌之间即有千丝万缕的联系，又有强烈反差。

**纳本土自然人文要素。**以“客家建筑、朴实民风、瑶族文化、景观意象”作为客栈的文化要素，体验龙门文化故事、龙门本土自然生态体验及文化活动，提供内涵深刻丰富的旅游体验，满足度假休闲游客人文享受。

## 1.2 发展指引

龙门客栈的经营管理最重要的就是要处理好个性与共性。共性是基础，是门槛，要重视；个性是升华，是核心竞争力，要坚持。同时，建立利益共享机制促进龙门客栈的长久正常运行。

**管理标准化。**由县农业、公安、旅游、市场监管、消防、卫计等部门联合，根据消防、食品、卫计等各行业管理标准，制定“龙门客栈”评定标准及行业管理办法，在确保规范、安全、有序的基础上，确定客栈准入门槛，规范客栈产业服务规范、技术规范。另外，由管理公司编制《龙门客栈加盟管理办法》，落实后续建设、推进投融资及品牌推广平台建设。对于龙门客栈品牌形象，必须统一对外宣传，共同做强“龙门客栈”品牌，做优“龙门客栈”形象。

**服务精品化。**龙门客栈的服务需以人为本，提供“顾客至上”的服务。各龙门客栈要跳出酒店标准化服务的范畴，各客栈需结合自身文化特色及美学表征，更加注重人性化、精品化，对接待礼仪、住宿服务流程、配套设施配置及不同年龄、不同人群等进行精细化设计。同时，对于线上线下的推广活动，以“真诚、耐心、友好”的态度给予顾客 100%满意度，突出客栈服务品质。

**美学个性化。**以“寄情山水田园意境”为核心，以美学为表征，对于客栈的选址及所处的外部山水环境以“尊重自然”的理念进行一定环境设计，符合文化

审美享受；对于客栈外部立面、内部装修、灯光设计、家具摆放及风格必须以客栈所表达的文化相一致，必须体现“龙门客栈”的情怀。

**利益共享化。**龙门客栈将以 1:2:7 的比例进行利益分配。由政府提取 10% 利润作为专项资金的回流，作为龙门客栈的后备资金。其中，建议县、镇、村的利益分配比例为 2:4:4；由企业提取 20% 作为其投资回报收益，为与其长远合作，持续投资提供持续资金来源；由经营民众自身提取 70% 作为其投资回报收益，一方面作为不断完善客栈的经营状况的建设资金，一方面实现民众生活水平的提升。

**模式输出化。**待龙门客栈运行发展较为成熟后，考虑外向型发展，从“产品输出”走向“模式输出”的品牌发展道路，进一步提升龙门客栈的发展效益；也是对龙门旅游形象的一种无形宣传。

### 1.3 运作机制

#### (1) 政府牵头

(一) 注册商标。由龙门县旅游局牵头注册“龙门客栈”商标，获准在餐饮服务、住宿服务等服务范围中使用该商标；(二) 成立“龙门客栈”发展管理领导小组。由县长挂帅，联合县农业、公安、发改、旅游、市场监管、消防、卫计等部门成立“龙门客栈”发展管理领导小组，开展联合受理、联合审查、联合踏勘、一站式审批、授牌“龙门客栈”等工作；领导小组下设办公室（设在旅游局）。

(二) 合作招商。引进一家有实力且有客源渠道的品牌管理公司，挂牌成立“龙门客栈管理有限公司”，鼓励客栈经营者加盟龙门客栈管理公司；(三) 扶持资金。发挥政府扶持和引导作用，县财政每年安排专项资金 300 万元，对“龙门客栈”示范点直接关联的周边环境进行提升改造。重点用于示范点外部环境美化、基础设施提升改造、宣传标识设置等方面。(四) 试点建设。优先在南昆山、龙华、龙城、龙田至少落实一家环境、基础、区位、民俗特色条件相对较好的民宿率先开展龙门客栈试点。同时根据龙门客栈的运营状况，不断修正龙门客栈的规范标准。

#### (2) 企业管理

(一) 成立运作公司。由引进的品牌管理公司成立龙门客栈管理公司，负责对授牌的“龙门客栈”进行统一管理运作，落实“龙门客栈”后续建设规划、设计、落地运营、管理等系列工作及建设投融资、品牌推广平台。(二) 建设投融资平台。整合政企资源，搭建投融资平台，承担龙门客栈连锁店的投融资权责，并结合税费减免、免息金融贷款等方式鼓励民众参与，推动龙门客栈的建设、运营管理和品牌推广；(三) 建设品牌推广平台。在主干道沿线和出入口显眼位置，

增设宣传广告牌和交通指引牌；做好“互联网+龙门客栈”的文章，开通微信公众号，设计独立APP，进行线上营销推广活动；建设龙门客栈官方网站，作为游客咨询、业务受理的重要渠道；（四）培训机制。开展龙门客栈经营管理和培训，包括经营管理、服务技能、接待礼仪、安全生产等内容的培训，加强规范引导，提高民宿经营管理、服务水平。

### （3）民众经营

（一）加盟管理。已被授牌“龙门客栈”的民宿，需接受运作管理公司的现场考察，对具体投资人、财务预算、经济效益做出实施计划书并实施改造提升、规范运营意见；（二）融资申请。龙门客栈的经营者可以通过龙门客栈管理公司专门的投融资平台进行融资申请；（三）民宅改建。鼓励民众积极加入龙门客栈的队列，按照龙门客栈的意境，将自己民宅改建成符合龙门客栈品牌形象的客栈；（四）规范经营。严格遵守相关管理办法及规定，积极与龙门客栈管理公司合作联系，进行加盟及融资，并开展长期的培训机制，整体提升服务品质。

## 2 龙门宴

以农家乐为载体，以美食为招牌，打造“龙门宴”品牌，引导农家乐的个性化、特色化、品牌化发展，避免同质化低价竞争，打造美食旅游目的地。

### 2.1 品牌演绎

**农产：绿色有机。**倡导绿色、安全、卫生的生产方式和烹饪方式。

**乡色：乡土本色。**保持乡土本色，将民俗风情与美食体验相融合。

**客情：贴心服务。**展现广府、客家人文风情，为游客提供精致的贴心服务；

### 2.2 发展指引

**设施规范化：**出台《农家乐发展管理办法》，加强对农家乐的规范管理。

**菜品标准化：**编制实施《“龙门宴”评选标准与管理办法》。

**服务品质化：**注重接待礼仪，为游客提供热情、友好、贴心的人性化服务。

### 2.3 运作机制

采用政府牵头、协会管理、民众经营的运作模式。

#### （1）政府牵头

（一）注册商标。由龙门县农业局牵头注册“龙门宴”商标，品牌所有权属于龙门县政府。（二）设立行业协会。龙门县农业局发挥统筹引导作用，牵头设

立农家乐行业协会。（三）强化保障措施。组织农家乐从业者、经营者不定期参加培训，完善生态停车场、旅游厕所、农家乐污水处理管网等配套设施建设；（四）建设示范点。率先在环南昆山、S119 沿线打造 10 家左右的“龙门宴”示范点。

## （2）协会管理

（一）明确协会职责。行业协会负责行业管理、品牌推广、人才培养、营销推广等工作。（二）开展“龙门宴”评选活动。按照《“龙门宴”评选标准与管理办法》，开展“龙门宴”的申报、评定、宣传工作，并向农业局进行报备，由农业局审核后进行授牌。（三）组织培训工作。对入选“龙门宴”的农家乐开展针对性培训，尤其是在经营管理、服务技能、接待礼仪、安全生产等领域。

## （3）民众经营

（一）品牌申请。合法依法用地、持证经营的农家乐，均可免费申请使用“龙门宴”商标；成功申领的经营者需缴纳一定的会员费，用于“龙门宴”的宣传推广、品牌建设等。（二）规范经营。严格遵守《农家乐发展管理办法》、《“龙门宴”评选标准与管理办法》等相关规范标准，密切联系农家乐行业协会，不断优化提升经营服务品质。

# 3 龙门手信

以品牌化的发展理念，树立“龙门手信”品牌，规范旅游商品市场，让龙门手信成为龙门旅游商品的符号，强化龙门认知度、拓宽农民增收渠道。

## 3.1 品牌演绎

**一份名片：龙门移动名片。**充分依托珠三角重要农产品供应基地的品牌价值，借助旅游市场的庞大消费力，将农产品变为旅游商品；另外，纳入龙门手工艺品、健康饮品、传统小吃等，丰富龙门手信体系。可以说，龙门手信集中着龙门代表性的旅游商品，承载着龙门自然基因。

**一种情怀：福地文艺情怀。**传承“鲤鱼跃龙门”的精神，结合龙门非遗文化、创新创意文化等，在龙门手信的品牌营销、包装设计上，浓缩着龙门文化与生活方式，将龙门文化精髓和现代时尚创新元素有机糅合，以创意文艺范的文字或图片形式进行展现，传递龙门悠久的福地文化，成为龙门文艺情怀抒发地。

## 3.2 手信系列

基于龙门的生态本底及农业产业特色，以市场需求为导向，创建四大系列手信。

### **(1) 山水养生饮品**

以达能益力、南昆山乳业、广东奥蜜、昆竹酒厂四大企业为龙头，秉持“品质化、规模化”的发展理念，做大做强“矿泉水、酸奶、蜂蜜醋、青梅酒（糯米酒）”等系列饮品。近期先行打响现有系列产品，而后慢慢进行延伸，丰富现有的山水养生饮品系列。

### **(2) 绿色有机特产**

龙门的农副产品不缺品质（龙门是珠三角重要农产品供应基地），缺的是气质、故事。必须加强现有农副产品（如杨桃、年桔、粉葛、西溪笋、观音菜）的外包装设计及情怀演绎，可通过专业的设计公司，在外包装的用材、产品说明或宣传上融入龙门文化情怀与现代市场文化，力争“以情动人，以质促销”。

### **(3) 文创手工艺品**

当今社会，文化创意已经成为一个产业，而文创手工艺品则是其中重要的一个组成部分。结合农民画以及竹木文化艺术，以“实用性、艺术性”为引领，以企业、创客、民众为主体，可开展系列文创工艺品设计及制造，包括特色丝巾、服装、竹木装饰品等多种形式。

### **(4) 健康休闲小食**

通过现存的龙门特色小吃及民间流传美食的挖掘，形成一份龙门美食图谱，再在游客及本地人之中举办龙门特色休闲小食的评选大赛，选出具有龙门特色的健康休闲小食系列手信；可招商引资多家食品制造企业或龙门个体参与休闲小食的生产及销售。

## **3.3 运作机制**

采用“政府牵头、市场运作，民众参与”的机制。

### **(1) 政府牵头**

（一）注册商标。由龙门县经信局牵头注册“龙门手信”商标，获准在农副产品加工、工艺品设计与生产、食品加工等多项产品及服务中使用该商标。品牌所有权属于龙门县政府，由经信局授予企业品牌使用权。（二）管理规范制定。负责组织起草《龙门手信管理办法》，包括品牌管理、运营规范及标准制定、冠名管理、营销推广等方面内容，与龙头企业交流进行确定。在运行过程中，可逐步进行完善。（三）宣传招商。龙门农产品申报国家地理标志产品，结合龙门健康山水环境开展系列农产品宣传活动，打响龙门农产品名气，并在全国范围内引进有实力的农产品加工生产或工艺品设计制造企业；结合龙门农村淘宝等智慧旅

游建设，同时开通微信公众号，设计独立 APP，对“龙门手信”进行线上营销推广。（四）启动资金。发挥政府政策扶持和引导作用，设立 300 万的龙门手信发展专项资金，引导企业或个体户发展，主要用于龙门手信初期招商引资及市场宣传推广等方面进行奖励，后期政策及资金可逐渐退出；（五）评估商标冠名体系：由经信局进行统筹，对符合商标冠名资格的企业或个体户进行必要的食品安全卫生学习、人员服务礼仪等进行培育，并对其效益进行评估。

## （2）市场运作

（一）申请商标冠名权。拥有手艺的个体户或条件成熟的企业可申请“龙门手信”的商标冠名权；（二）研发设计及制造。在做好市场调查的基础上，各个体户及企业就龙门手信四大系列产品结合龙门文化及情怀进行产品设计与研发，研发过程中可与经信局交流，合作举办意见征求大赛等，了解市场需求最新动向。另外，对于手信的包装设计及人文内涵要提高重视，建议可以在外包装的用材、产品说明或宣传上融入龙门民俗文化情怀与流行文化，采用文字或图片的形式进行表达，满足人文享受。（三）产品推广。结合龙门智慧旅游建设，参与龙门县官方微信、微博等宣传推广，同时在企业网站、百度平台、博客及论坛等进行软文营销，加快产品传播力度；另外，可在线下举办系列品鉴、评比等多种类型赛事，集聚人气进行活动推广。（四）建立销售网络。在利用企业现有的销售渠道的基础上，可优先在龙门县内建立代理点，比如超市、步行街、游客服务中心、客栈、酒店、农家乐等地，进行线下销售；同时可在淘宝、京东等网上平台建立网上销售平台。

## （3）民众参与

（一）产品代理及销售——有意愿的民众可自行联系企业或个体户，在遵守《龙门手信管理办法》的前提下，可参与龙门手信系列产品的代理及自行售卖。同时，民众也可利用农村淘宝服务体系，建立线上销售平台。（二）农业种植。民众可以以专业大户、家庭农场、农民专业合作社、农业企业留转等多种规模经营方式参与“龙门手信”品牌的建设；同时，也可进行农产品的初加工，逐步向“前店后厂”的方向发展，培育本土农业企业。

# 4 龙门祈福

以“鲤鱼跃龙门”为核心意象，虚实结合，打造“龙门祈福”品牌。

## 4.1 品牌演绎

一种期盼：飞黄腾达。挖掘“鲤鱼跃龙门”的民间传说，研究、传播龙门福

地文化，策划举办启蒙教育、成人礼、愉悦之旅等富有仪式感的活动或节庆，来满足游客“飞黄腾达”的内心期盼。

**一份嘱咐：福佑安康。**以龙岩寺、万寿寺、七仙庙、城隍庙、舞火狗及七星墩、观音潭等民间传说为载体，策划祈福禅修、文化研修、瑶族祈福等活动，满足游客对自身及亲人“福佑安康”的情感需求。

## 4.2 发展指引

### (1) 政府主导

对福地文化资源进行全面摸排，整理收录各类民间传说，将“龙门祈福”的文化内涵，纳入到旅游标志系统、景观小品、建筑地标的建设、旅游文化节庆的主题策划与文化演艺剧场的内容创作中来，营造浓郁的福地文化氛围。

### (2) 市场运作

以项目为抓手，以龙岩寺、龙门老城（学宫、城隍庙、万寿寺等）、南昆山（七仙庙、七星墩、观音潭等）、蓝田瑶族乡（舞火狗）等为载体，扶持以“龙门祈福”为主题的旅游景区、文化演艺节目的发展。

### (3) 线路串联

以祈福为主题，串联蓝田瑶族风情园、龙门老城、龙岩寺、龙门河、南昆山等旅游节点，设计、推广龙门祈福精品线路。加强与增城正果镇的旅游合作，联动正果寺，打造“跃龙门·修正果”的区域祈福线路。

## 4.3 支撑项目

以“一城一山一园一寺”为示范，培育一批精品化的祈福旅游项目。

——**龙门老城。**针对县内、省内乃至国内面临升学的中小學生，依托学宫、城隍庙、万寿寺、书院等，结合“鲤鱼跃龙门”故事传说，举办汉学启蒙教育、成人礼等祈福仪式。

——**南昆山。**南昆山中七星墩、三仙庙、观音潭等皆有神话传说流传，以“朝圣祈福”为主题，精心策划新春祈福法会、佛诞节庆典、佛教音乐会、佛教文化论坛、佛教文化艺术节等节事活动，发展祈福禅修、养生养老、森林度假等业态。

——**瑶族风情园。**“舞火狗”是蓝田瑶族少女们的一种“成年礼”，也是驱邪避邪的祈福仪式。充分利用瑶族风情园升级改造的契机，在“饮食、住宿、购物、游乐”等环节中植入“祈福”元素，丰富瑶族风情园的文化内涵与游客体验。

——**龙岩寺。**加强招商力度，捆绑周边土地指标，推进龙岩寺、溶洞升级建

设。以龙岩寺为依托，策划祈福法会，强化信众基础，引导祈福朝圣、佛教文化研修、养生养老地产等禅修度假业的集聚发展，成为“龙门祈福”的必游景点。

## 5 龙门十三汤

立足现有十三个知名温泉景区及其他温泉景区、温泉农家乐的发展，以“品牌化、特色化”的发展理念，将“龙门十三汤”作为龙门温泉文化的核心载体，擦亮“国际森林温泉保养地”、“中国温泉之乡”，助推“国际康养旅居目的地”的建设。

### 5.1 品牌演绎

**“13+N”健康汤文化品牌。**“汤”古时指热水，“龙门十三汤”则是以13个差异性定位的知名温泉景区为主体，若干温泉景区景点为协同，共同体现健康养生汤文化。其中，凡是遵循“特色化、个性化”发展理念的其他温泉景区或温泉农家乐可申请加入龙门十三汤的品牌。“龙门十三汤”以“优惠政策、行业交流、产品差异、客源互推”作为品牌的内在联系，以“差异化发展”为核心的一个开放、动态式的健康汤文化品牌。

**龙门温泉行业交流平台。**面临龙门温泉旅游兴起，大型温泉景区接连开业、“私人温泉”泛滥发展，“龙门十三汤”通过融入龙门县13家知名温泉景区及其他若干温泉景区景点，构建一个温泉企业与个体户平等对话的平台，能够就龙门温泉发展方向、合作框架、行业经验进行沟通交流，提高温泉行业壁垒，规范行业发展，共同谋划蓬勃发展的龙门温泉旅游行业。

**温泉旅游发展模式。**“龙门十三汤”对外作为龙门区域温泉旅游形象，是龙门温泉温泉文化的代表；对内则是应对温泉同质化竞争，实施“一泉一色”的发展策略，提质升级，更新产品。通过内外协作统一，构筑龙门顶级温泉形象，擦亮“国际森林温泉保养地”，形成特色龙门温泉旅游发展模式。另外，时机成熟时可以向其他城市输出“龙门十三汤”的发展模式及温泉品牌。

### 5.2 温泉指引

以“一汤一色”的开发模式，引导温泉产业发展升级提质，塑造“温泉十三汤”品牌，提升温泉养生产品内涵。同时发挥13个温泉知名景区示范作用，引领龙门温泉行业个性化发展。

#### (1) 六个老字号

继续强化温泉景区个性，特色发展。

——**龙门铁泉：温泉+娱乐。**（一）日夜产品搭配。继续做大做强“水国迷城”，可引进时下流行水上主题娱乐活动，丰富娱乐体验内容，构建“日泡黄金汤，夜娱水国迷城”的产品体系，做强日夜经济。（二）温泉水保护性使用。从“节能减排、浴泡方式”进行技术创新，将黄金汤的保护纳入企业重点工作，塑造黄金汤持久吸引力。

——**尚天然温泉：温泉+博览。**（一）完善内部游览线路设计。持续推进鲁冰花童话园二期工程，以“自行车绿径、鹅暖石小道”等方式联系园内农民画博物馆等景点，构建慢行游览系统。（二）节庆推广新形象。运用“农民画、客家文化、婚庆摄影”等元素，举办博览系列节庆活动，可结合图文/视频展示、现场直播、论坛交流等多元方式，搭建博览型的官方网，打造线上展销大舞台，推广温泉新气象。

——**地派温泉：温泉+禅乐。**（一）景观环境升级。充分发挥山水生态环境优势，从“吃、住、行、游、娱”等方面强化禅乐与温泉的表征融合，并在园林景观、环境设计、材质等方面契合禅乐意境，塑造更好的禅乐温泉享受。（二）做活禅乐体验性。与龙岩寺、万寿寺进行合作，定期开展禅学大会，使“禅”学体验常态化，强化温泉景区的整体意境与格调；另外，与天堂湖进行联动，邀请华南地区知名企业家、禅学大师不定期举办“山水妙音禅乐会”，以“听梵音，漫天堂，增福慧”为主题，对接企业家的身心释放与抚慰的需求，得到无限加持与能量，增加高端客户粘性。

——**云顶温泉：温泉+会议。**（一）做大做强会议经济。发挥无柱式宴会中心、多功能会议厅的作用，对接珠三角的商务会议、学术论坛、新闻发布、会奖旅游的商务市场，以“温泉+会议”为卖点，争取达成与企业的常态化合作。（二）延伸消费式经济。加强温泉的体验方式的创新，增加温泉消费体验点；在人性化服务做出突破，可尝试涉足旅客运输、景区客源互推、票务预订做出突破，实行一条龙服务。

——**温泉大观园：温泉+健康。**（一）“做产品”走向“精服务”。依托皇家亲子酒店、葡萄庄园别墅、皇家园林别墅、养生度假酒店、其他配套设施等成熟的硬件设施，契合养生理论，开展调神养生（参禅入定、弦歌自娱、山林探幽等），练形养生（太极拳、五禽戏、推拿等）、食饵养生（药膳、绿色食品等）、环境养生（田园、森林等）、熏治养生（芳香熏蒸等）等健康养生服务建设，提升旅游体验性。（二）完善健康服务产业链。在健康养生的基础上，可逐步向中医药种植、健康教育培训、健康管理及咨询、营养食品、中医疗养等方面进行拓展，对接大健康市场。可尝试申报中医药健康旅游示范基地。

——**富力岭南温泉谷：温泉+旅居。**（一）做强“食品+展品+礼品”的消费经济。发挥龙门特色饮食文化，开发特色菜式及小食，并加强员工服务技能培训，提升餐饮水平；对接“文化+旅游”的战略，引入农民画画家，结合万洞古村休闲环境及配套设施，作为龙门民俗文化展示基地，提供文化展示、休闲体验、美食购物等，衍生购物经济。（二）拓宽市场渠道。转变房产销售思路，办理旅业营业执照及证件，建立企业旅居网站，将空置房产上网，进行旅居运营，以此为基地，辐射惠州乃至珠三角核心城市的各类景区景点，提供完善旅游服务。

## （2）七个新招牌

旧瓶换新装，重塑吸引力体系，对温泉进行提档升级。

——**南昆山居：温泉+湿地：**（一）重构吸引物体系。推进休闲运动湿地公园的尽快落地建成，以“温泉+湿地”构建景区的吸引物体系，提供湿地观光、休闲运动、健身休闲、温泉养生等服务，做强产品经济。（二）品牌驱动发展。可探索省级湿地公园申报，完善公园的配套设施、扩大市场知名度，催生目的地经济。

——**林丰温泉：温泉+素拓。**（一）营造多元化素拓体验。合理规划景区动线及功能分区，重点开发团队素拓、研学教育等市场，并针对不同年龄、属性人群，提供差异化的体验，包括野炊烧烤、素质拓展、趣味活动等。（二）链接细分人群关系网。加强与各类行业协会、大中型企事业单位、爱好者社群的合作，建立合作机制。以温泉景区为基地，尝试组建各类俱乐部、兴趣爱好团体，定期举办露营、垂钓、骑行等活动和节事，以此衍生休闲、消费经济。

——**大自然温泉：温泉+竹艺。**（一）以“竹”会友。主动融入 S119 线永汉至沙迳沿线十公里经济带建设，以“竹”指路，增加市场曝光度。加强景区竹林景深，开展竹文化景观营造，主动作为，承办或策划举办竹艺相关节庆，发出“大自然”声音。（二）创意为王，温泉配套。以免费工作空间或其他形式的优惠吸引龙门竹编手艺人常驻，逐渐培育创意氛围。以“竹艺创意园+销售渠道+温泉配套”模式，增加“竹艺”内涵，做强温泉产业支撑，从而开拓温泉新市场。另外，可考虑开展“乡村旅游创客示范基地”的品牌申报。

——**御景湾温泉：温泉+唐风。**（一）泉心泉意、随心所浴。以“石、沙、木、竹”等材质全面对景区的建筑景观、装修风格、园林设计进行提档升级，营造“洒脱、自然”唐风温泉园居风格。完善多元服务，建设按摩房、香薰屋、棋牌室、足浴房、乒乓球室、体检理疗室、健身房、商务中心、特色购物区，实行“一票通行”，随心享受休闲度假生活。（二）情字风格，尊贵享受。重视人性化服务，提升御式服务档次，给予尊贵享受，以情致胜，实行“十个一”特色服

务，即一个微笑、一句敬语、一个鞠躬礼、一条毛巾、一双拖鞋、一支白手套、一把伞、一根皮筋、一杯饮料、一个搀扶。以服务来增加游客粘度，增加重游率。

——**金童子温泉：温泉+慢活。**（一）意指休闲，倡导慢活。以“慢休闲”理念融合“林、泉、田”三大要素，全面提升景区的休闲风情与旅游体验。将龙虎山、百亩原始丛林纳入景区发展，完善登山步道、栈道、游憩设施等建设，提供主题露营、丛林趣味活动、温泉体验、运动娱乐等生态体验产品；以“全时休闲”为目标，从水体验方式上着手，做精“温泉、山泉”双重服务体验；以“小而精”的模式融入乡土体验服务，适当的开展田园景观、生态农庄建设。（二）创新营销方式。以“微信营销”为突破口，建立金童子温泉微信公众号，围绕慢生活体验，将各类休闲运动、露营活动、温泉养生、田园休闲等信息进行发布，推广产品与品牌，实现点对点的营销。

——**庄加庄温泉：温泉+亲子。**（一）连续性主题开发，环境提档。以“亲子家庭游”为主题，分别以“孩童、少年、青年”三个连续的时期作为温泉营销对象。以人性化为原则，联系“孩童、少年、青年”的生理及心理特征，开展设施改造，满足使用需求。同时，在建筑、景观、室内设计可结合客家文化，提升整体的环境品质与文化内涵，可游可赏。（二）注入新活力，延伸消费链。针对珠三角核心城市的亲子旅游市场，按照三个系列开展系列“孩童教育、兴趣培养、健康疗养”等培训课程与基地建设，延长温泉产品的消费时间，产生新消费热点。

——**庄上庄温泉：温泉+民俗。**（一）做精温泉养生产品。强化温泉核心竞争力，做精温泉配套设施建设，从规模、体验感上着手，开展各式温泉汤池、SPA、桑拿房等建设。吸纳乡村民俗元素建设特色田园民宿，作为温泉配套，提升接待质量。（二）联合运营，一条龙服务。以合作共赢的原则联动周边民宿、农业休闲景点等，实行景点捆绑或套票等多种方式，逐步形成以温泉为核心的乡村民俗旅游综合体。融入客家山歌、舞火狗等民俗表演，突出文化内涵，增加体验感。

### 5.3 品牌管理

从“政府、协会、企业、个体户”着手，明确各自责任与义务，形成可持续运作的品牌管理机制。

#### （1）政府监管，品牌可持续化

政府作为品牌管理者，必须在温泉资源保护、项目准入方面进行强有力的监管，保证“温泉十三汤”能够保持持久生命力。

——**实行地热资源有偿、限量使用。**落实《龙门县地热资源管理暂行办法》，以法规的形式明确规定地热资源的国有属性，对县域范围内的地热资源开发做出

法律定义，实行地热资源有偿开采，依法缴纳相关规费；严格执行保护性限量开采制度，必须按照采矿许可证限定开采量内进行开采，并提前向县国土资源管理部门和水行政管理部门报送开采计划。

——**建立温泉管理机构**。加强对地热资源的统一管理，建立温泉管理机构，统一、科学勘查温泉资源，调配温泉水及负责计量装置的管理。开展查明地热资源有利开采地区、可采资源量及其开采利用条件，为制定全面可持续性发展的开发利用提供依据；对经过地质勘查评价或已实际投入开采利用地区，开展其外围或深部地区的补充勘查，结合多年开采动态资料的综合分析，对其可采量做出进一步评价，并按现行规范对其可采量的精度进行分级，为“温泉十三汤”品牌提供支持。另外，坚持对地热资源的水位、水量、水温 and 水质进行系统监测，以动态监测资料来指导企业合理开发。

——**“私人温泉”治理**。建议从以下三方面进行：一是国土部门加强对温泉资源的监督检查，禁止滥开滥采滥用行为；二是由住建、工商、安监、卫生、食品药品监督、体育、消防等相关部门加强对“私人温泉”等无牌无证经营，以及消防、卫生方面的安全监督检查，同时要严禁当前正在违建的项目；三是由县旅游委牵头，联合相关职能部门针对“私人温泉”现象进行限期专项整治，办理旅游业、消防等相关证件，将达到标准的“私人温泉”合法化。

——**项目准入机制**。“龙门十三汤”走高端路线，在项目批准进入之前，应该从开发商的实力、品牌、行业经验、开发目的、盈利模式、项目规划设计、开工时间、开业时间、资源保护和环保计划、经营管理思路、资金准备情况等重要环节进行审核。其中，建议制定项目投资规模最小额度；境外著名品牌为优先招商对象，包括国际著名的拥有温泉、酒店、SPA 产业经验的业主。

## **(2) 协会管理，行业规范化**

龙门目前温泉旅游发展单打独斗，缺乏合力。建议联系各温泉企业成立温泉行业协会，配合政府进行温泉旅游的管理，塑造“龙门十三汤”品牌，规范温泉行业发展。

——**规范行业标准**。研究制定管理、服务、质量等标准，实行标准化管理；建立定期检查制度，由协会对各成员单位进行定期的监督和检查，形成检查公告和奖惩制度。

——**总结温泉品牌发展模式**。结合各成员单位的市场数据、项目管理经验等，在温泉开发战略布局和区域容量限制、规划设计程序、水质检测鉴定程序、市场准入程序、基础设施和服务标准等方面进行分析，形成龙门温泉品牌发展模式；

在条件成熟时，向外进行温泉品牌输出，扩大品牌的市场覆盖度。

——**品牌预备制度**。项目预备制度的核心思想是鼓励先进，凡是符合“龙门十三汤”要求的温泉旅游开发项目，都可以申请成为预备项目，经过行业协会审核程序进入“龙门十三汤”。另外，考虑建立淘汰机制导入“龙门十三汤”的品牌管理。

### **(3) 企业经营，产业发展集聚化**

企业是“龙门十三汤”品牌的运营主体，发挥温泉企业的能动作用，产业集聚发展，助推环南昆山森林温泉度假旅游产业园区及特色小镇建设。

——**温泉产品体验升级**。按照“一汤一色”的策略，融合文化、农业、健康等产业，对温泉进行提质升级，催生温泉旅游新业态，满足旅游市场需求。

——**延伸温泉产业链**。从纵向、横向两个方面来进行：（一）纵向延伸，瞄准温泉产业链的上游，可成立温泉旅游咨询公司，主营温泉项目投资、温泉项目策划及温泉项目筹建顾问等；也可针对温泉节能减排技术及温泉水的再次利用进行研究，进行业务拓展，输出技术。（二）横向拓展。通过温泉景区的影响力，可逐步拓展交通运输、旅行社、文化产业等。

### **(4) 个体参与，合法运营**

发挥旅游惠民富民作用，以“温泉农家乐”等形式依法参与温泉行业发展，并未行业发展献计献策。

——**规范温泉农家乐运营**。按照《龙门县地热资源管理暂行办法》的相关规定，进行地热资源的整治行动，实行依法缴费，依法办证经营；对于整治不合格、无证经营的“温泉农家乐”必须按照国土、规划、卫生、消防等部门意见，进行取缔，维护温泉行业秩序。

——**构建温泉农家乐协会**。温泉农家乐个体户可抱团发展、规范经营，成立温泉农家乐协会。（一）制定温泉农家乐的温泉水资源管理、服务质量等标准；（二）温泉农家乐协会作为协商主体，探索温泉水资源统一配给制度，即根据温泉农家乐的集聚程度取缔非法地热井，保留适量满足需要的地热井，采用“依井交税、按量缴费”的方式，加强对温泉农家乐的监管。

## 四、区域共建共享

### 1 县域旅游组团合作

基于“全县旅游一盘棋”的思路，统筹环南昆山旅居组团、环县城休闲组团等二大旅游组团的协同合作。以“强心育极”的方式重点推进南昆山、县城的旅游开发，作为组团的核心吸引点，开展区域旅游产业开发，形成“山上城里塑品牌，山下城外做产业”的发展格局。在旅游组团发展较为成熟的条件下，从以下方面推进组团合作：（一）交通网络。优化广河高速出入口交通衔接，推进武深高速、汕湛高速、韶惠高速的落地建设及高速出入口的交通接驳建设，同时，以扩建或新建的方式来推进省道、县道的交通能力及服务质量，使三大组团全面融入珠三角一小时通勤圈，构建县域一小时全域旅游生活圈。（二）宣传推广。由全域旅游领导小组统筹全县三大旅游组团的形象宣传、旅游推广，在“旅居、休闲、慢游”形象基础上，建议以“愉悦龙门·生态画乡”的形象整体推出。（三）线路设计。以南昆山、桂峰山、历史老城、花围村等为核心节点，串联其他温泉景区、乡村旅游地、农业休闲园等，打造特色主题线路，做大市场蛋糕。

### 2 环南昆山森林温泉度假旅游产业园建设

按照《广东省惠州市环南昆山森林温泉度假旅游产业园规划》的要求，高标准、高起点谋划好环南昆山森林温泉度假旅游产业园的发展，打造“一轴三带一核两镇”的空间结构，走“山上品牌，山下产业”的保护式发展道路，争取上升到省级平台，创建省级旅游产业园，打造世界级森林温泉度假地。从以下几点来推进：



图 6-3：环南昆山森林旅游度假产业园示意图

(1) **“经济建设、行政管理”两手分抓。**建议旅游产业园区管委会作为惠州市政府的派出机构，围绕“旅游经济建设”，以“统筹、协调、督促”来落实规划制定与实施、重大旅游项目投资和立项审批、环境保护与建设项目备案、基础设施项目跟进与协调等；园区的行政管理事务由原麻榨、永汉、龙华、龙潭负责，关注民生发展，开展基础设施建设，全面协助管委会进行旅游经济发展。

(2) **园区投资平台化。**以“管委推动，企业参与，市场运作”的模式，打造园区投融资平台，按照“以需定供”的理念，明确园区需要的项目类型、规模、产品等，建立项目门槛，择商投资，有序、持久推进园区建设发展。

(3) **二次开发与创业。**推动园区温泉景点、森林度假山庄的二次开发，以“一汤一色、一庄一景”的方式来提高旅游景点内涵，提高旅游产业附加值。鼓励民众积极参与园区的旅游发展，按照“参股经营、自主创业、土地及林权等入股分红、人力参与”的方式，以“龙门宴、龙门客栈、龙门祈福、龙门手信”的形式来促进创建国家全域旅游示范县、繁荣旅游市场。

另外，在园区成功上升到省级平台的基础上，借鉴南海国家旅游产业集聚试验区的经验，探索申报国家级旅游产业集聚（实验）区。

### 3 南昆山—罗浮山旅游产业协作区建设

南昆山和罗浮山是惠州市生态旅游的重要板块，其中南昆山作为避暑度假胜地、罗浮山作为道教名山，两者在品牌形象上不分上下。但是，两山旅游交流时间成本高、旅游潜力尚未完全发挥的问题也较突出。贯彻落实罗浮山—南昆山旅游合作框架协议，响应《惠州市旅游发展战略研究》的相关要求，打破南昆山和罗浮山 45 公里空间距离限制，打造南昆山—罗浮山旅游产业协作区，构建珠三角生态休闲度假首选地、区域旅游联盟示范区，实现南昆山—罗浮山旅游一体化发展。从以下方面来推进：

(1) **交通破解地域屏障。**在市级层面进行统筹，规划建设罗浮山—南昆山旅游走廊，构建无障碍旅游区，实现空间及产业的对接。近期跟进龙博大道建设，在充分调研的基础上，敲定龙博大道的建设方案，争取在十三五时期启动。远期在可行性分析的基础上探索山地小火的火车，全面丰富旅游走廊体验。

(2) **增强区域话语权。**以南昆山建设世界森林温泉度假地为目标，近期以创建国家级旅游度假区为抓手，差异化发展，推进环南昆山森林温泉度假旅游产业园的建设，争取上升到省级平台，提升环南昆山区域旅游竞争力，加大南昆山的话语权，为环南昆山旅游产业带及无障碍生态旅游圈构建打下基础。

(3) **制定战略合作框架。**在领导交流机制、人才交流、旅游企业合作、旅



## 4 构建“两市四地”环南昆山旅游区

对接《珠江三角洲地区旅游一体化规划(2014-2020年)》，在南昆山—罗浮山旅游一体化发展较为成熟的条件下，由惠州市旅游局牵头，联合增城区旅游局、从化区旅游局，将环南昆山旅游区建设上升到省级战略，在省级层面来统筹广州、惠州两市四地（龙门、博罗、从化、增城）合作，将其建成全省生态旅游产业示范区域和山区生态旅游综合配套改革先行区，创建国际生态度假旅游目的地。可从以下方面推进：

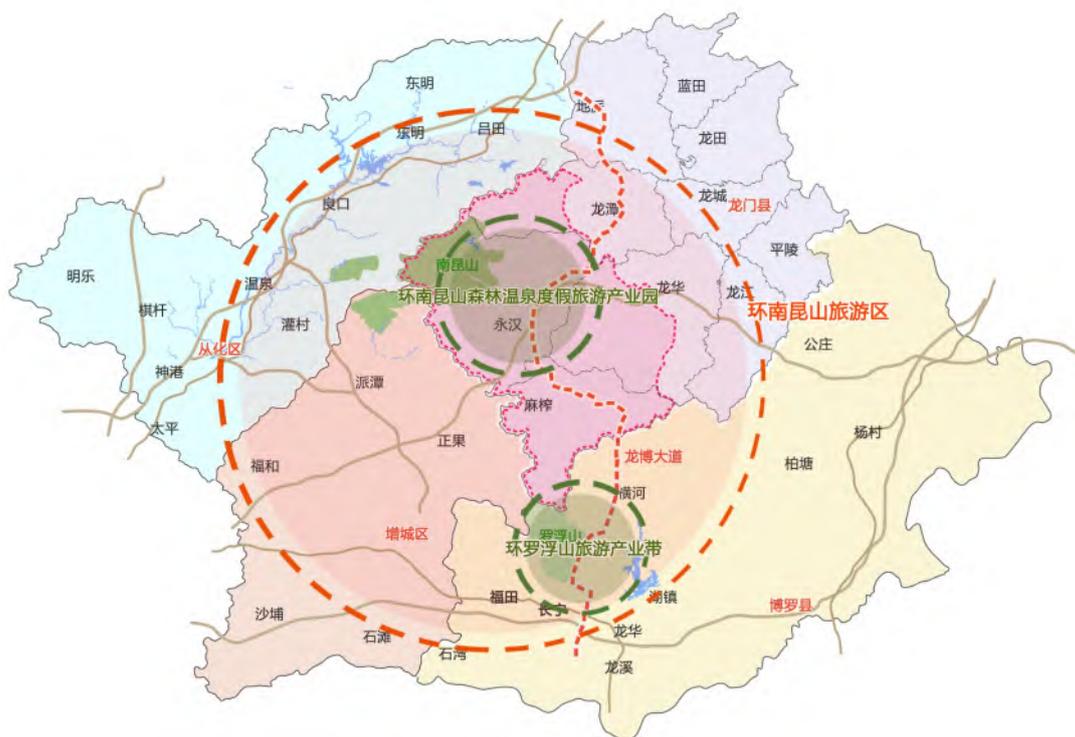


图 6-5：环南昆山旅游区示意图

(1) **区域旅游综合协调机制**。从统筹机制、资金保障、评价机制上做出突破。(一) 在省级层面统筹龙门、博罗、从化、增城等四地党政一把手组建“环南昆山区域旅游产业发展协调领导小组”，谋划四地旅游产业战略布局，进行政策和规划的顶层设计，协调统筹旅游产业融合发展及行业、部门协同合作等问题。

(二) 联合金融机构开展战略合作，将银行综合金融服务引入旅游行业，加大金融机构对旅游产业合作项目融资支持。同时，利用省、市、县（市、区）相关政策资金，以贴息、补贴、奖励等方式，支持旅游产业项目发展。(三) 建立监测评价机制，定期进行质量和规模效益评价，稳扎稳打推进四地旅游产业健康发展。

(2) **区域旅游信息平台**。从智慧旅游服务、城市媒体两个方面来推进。(一) 依托省旅游数据中心建立服务游客的“四地旅游咨询信息服务平台”，实现地区

间、部门间数据的实时和动态交互，建立旅游电子商务服务、旅游项目、自驾车营地、森林度假旅游、温泉养生旅游等平台，将管理工作前置，变管理为服务，让“指尖”成为游客享受环南昆山的第一选择。（二）加强龙门、博罗、增城、从化等四地城市媒体间的合作，组建旅游媒体联盟，利用媒体平台，不断提升城市间的旅游知名度和影响力，拓展更加广阔的旅游市场营销空间。

**（3）区域旅游公共服务体系。**主要从区域交通条件、旅游服务设施布局来进行推进。（一）做优高速时代，进入高铁时代。将四地旅游发展融入和服务于区域经济社会发展全局，建立适宜于旅游产业匹配的交通网络系统。近期持续推进汕湛高速、武深高速、韶惠高速等建设，做优环南昆山区域“高速时代”；争取广河高铁落地实施，推动区域旅游进入“高铁时代”，做大区域旅游市场。（二）快旅慢行悠游体系。面临自驾游时代，通过高速、高铁实现快速集散，推动区域旅游标识一体化建设；在提升省道、县道的通行质量与道路景观的基础上，以“政府搭台，企业唱戏”模式，开展“自驾车营地、服务驿站”等自驾游服务设施建设；加强区域的深度旅游，以“PPP、乡贤捐资”的模式，将乡道打造成为旅游风景大道，打通乡村旅游最后一公里，强化区域旅游基础。

# 第七篇 行动计划

# 一、总体发展时序

## 1 两年出成绩

近两年，以创建国家全域旅游示范县为统领，力争在五大领域做出成绩：

**一是在体制机制建设上出成绩。**建立健全旅游管理体制机制，成立全域旅游领导小组，搭建“1+3”的管理体制，即龙门旅游委、旅游警察支队、旅游巡回法庭和旅游市场管理分局。同时，尽快搭建全域旅游联席会议制度，设立重大事项“一事一议”工作机制，贯彻落实加快旅游发展的奖励扶持办法，探索旅游管理税制改革事宜，全面加强旅游人才队伍的培育、引进工作。

**二是在旅游资源保护上出成绩。**设立龙门县旅游发展专项资金，研究制定《龙门县旅游资源管理办法》，强化对温泉资源的监管，加大对中国传统乡村、各级文物保护单位及非物质文化遗产的保护与利用力度。

**三是在基础设施建设上出成绩。**结合交通十三五规划，率先在新 S355 的建设、S119 旅游风景大道建设上实现突破；同时，结合 PPP、财政支持、企业投资等方式，有效整合上级政策和资金，吸收社会资本，推进旅游数据中心、游客服务中心、旅游厕所、生态停车场、标识系统、旅游购物点等基础设施的建设。

**四是在旅游产品升级上出成绩。**落地推进旅游供给侧结构性改革，从景点旅游向全域旅游逐步过渡，逐步打造“白+黑”十大旅游产品体系。白天打造“山水悠游、田园观光祈福礼佛、美食购物、文化采风”五大产品，夜间打造“夜沐温泉、火舞乡居、老城夜市、森林度假、山水印象”五大产品。

**五是在旅游业态升级上出成绩。**挖掘龙门特色资源，以市场需求为导向，在“吃住行游购娱”六大元素基础上，进一步孵化发展“商学养情闲奇”六大新兴要素。同时，着力打造龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福、龙门十三汤“四菜一汤”特色品牌，进一步丰富龙门旅游体验。

## 2 五年大变化

2018 年至 2020 年，重点在三大领域做出大变化：

**一是在旅游格局升级上出大变化。**以龙城、永汉为旅游发展核心，全面推进环南昆山旅居组团、环县城休闲组团的建设，以龙门河一河两岸及 S119 为示范，统筹推进百里山水画廊、百里城乡画廊的建设，逐步形成“山呼水应、城乡共鸣”的全域旅游发展版图。

二是在旅游招商升级上出大变化。加快旅游项目招商、落地、升级建设进程，加强项目招商力度，主动转变项目招商模式，探索“四个一”的招商模式，从“招商引资”向“招商择资”转变，从开发商性质、投资方向、投资额、投资年限、合作方式等领域设置较高的准入门槛，引导旅游项目的精品化、品牌化发展。

三是在区域合作升级上出大变化。贯彻落实“全县一盘棋、梯队式前进”的行动策略，推动环南昆山旅居组团、环县城休闲组团的联动发展，逐步推进环南昆山森林温泉度假旅游产业园的建设；同时，积极对接上级政府及相关主管部门，落实推进南昆山—罗浮山旅游一体化及两市四地环南昆山旅游区的建设。

### 3 十年大突破

2021年至2025年，重点在以下三方面实现大突破：

一是在消除景区孤岛上实现大突破。景区产品实现全面升级，特别是在游憩体验方面，形成观光、休闲、度假三大产品梯次；对接武深高速、广河高速、汕湛高速、韶惠高速，开展旅游风景道建设，将景区纳入交通覆盖网络中，实现快旅慢游的集散体系；通过南昆山、桂峰山、龙门老城的开发，带动环南昆山旅居组团及环县城休闲组团的旅游发展，进一步提升龙门旅游人气。

二是在消除产业孤岛上实现大突破。发挥旅游业的综合带动作用，推动“旅游+（文化、农业、工业、体育、教育）”的融合发展，培育一批精品旅游景点，打造新的旅游卖点。同时，在特色小镇建设上，永汉温泉旅居小镇、龙城五宜幸福小镇、地派慢游天堂小镇、龙华健康文旅小镇率先发力，树立先行示范作用。

三是在消除区域孤岛上实现大突破。通过南昆山龙头、龙门老城新高地及十个特色小镇的建设，综合提升城乡生态人居环境、公共服务及景观风貌，营造全域全景的美好蓝图。另外，进一步推进小环南昆山、中环南昆山、大环南昆山的建设，在旅游交通、线路推介、品牌包装、客源共享等方面形成与周边区域的长期合作关系，联合打造世界级旅游目的地。

### 4 十五年大跨越

2026年至2030年，力争在四大层面实现大跨越：

一是在旅游强县上实现大跨越。以建设绿色龙门为指引，推进“产、城、人、文、旅”的融合发展，进一步发挥旅游业的综合带动作用，崛起为战略性支柱产业和现代服务业龙头产业，推动龙门向旅游经济强县升级。

二是在旅游富民上实现大跨越。以建设幸福龙门为指引，理顺“政府、行业监管、企业、民众”的协同发展体制机制，营造全民共建、全民共享的旅游发展

氛围，引导并扶持民众旅游就业、创业行动，培育一批龙门客栈、龙门宴、龙门手信、龙门祈福等旅游品牌，培养一批旅游致富带头人，充分发挥旅游业在带动就业、增加民众收入上的关键性作用，树立龙门县在旅游富民上的示范作用。

**三是在旅游美区上实现大跨越。**以建设美丽龙门为指引，基于“全域旅游、主客共享”的发展理念，推进全域旅游目的地建设，显著提升城乡生活与休闲品质，树立龙门在旅居城镇化建设上的示范作用。

**四是在旅游兴文上实现大跨越。**以建设愉悦龙门为指引，推进龙门农民画的市场化、品牌化、产业化发展；传承和发扬舞火狗、龙门山歌等非物质文化遗产；通过复建学宫、城隍庙、学宫等历史建筑，重新擦亮七星岗的璀璨光芒，再现东廓圩市的繁荣景象；以南昆山、七星岗等为舞台，打响福地文化、客家文化品牌。

## 二、近期任务分解

### 1 旅游项目任务分解表

抢抓近两年高速发展的黄金时间窗口，推进 52 个旅游项目，包括 12 个招商引资项目、31 个加快建设项目和 9 个升级改造项目。

表 7-1：龙门县旅游项目任务分解表

任务类型	序号	任务名称	项目内容	责任单位	进度安排
招商引资 (12 个)	1	大竹窝生态旅游项目	生态度假、乡村旅游、农业观光等	龙潭镇	2017 年继续推进
	2	灯芯塘生态休闲旅游项目	生态度假、生态休闲	龙潭镇	2017 年继续推进
	3	龙岩寺宗教文化旅游	宗教祈福、溶洞探秘、攀岩拓展及田园耕作体验等	平陵镇	2017 年继续推进
	4	高沙大麻布生态旅游项目	山水休闲、旅游度假	龙华镇	2017 年继续推进
	5	嘉义庄文化艺术风情街项目	农民画体验、文化休闲、餐饮购物、特色客栈等	永汉镇	2017 年继续推进
	6	牛蕴肚林场旅游项目	生态度假、森林观光体验、田园体验等	龙江镇	2017 年继续推进
	7	连塘村生态旅游观光项目	瑶族民宿体验、森林养生等	蓝田瑶族乡	2017 年继续推进
	8	七娘坛森林旅游度假项目	朝圣祈福、森林体验、生态度假等	龙城街道	2017 年继续推进
	9	甘坑村溶洞观光、休闲体验旅游项目	溶洞探险、田园休闲、特色民宿等	龙江镇	2017 年继续推进
	10	江岔温泉项目	温泉酒店、田园观光、生态体验等	龙田镇	2017 年底前启动
	11	三寨谷造纸遗址公园	文化遗址观光、造纸文化体、森林度假等	永汉镇	2017 年底前启动
	12	龙门老城中央文化休闲区	老城观光、民宿体验、非遗传承、文化休闲、创意基地等	龙城街道	2017 年底前启动

任务类型	序号	任务名称	项目内容	责任单位	进度安排
	<b>2017年继续推动9个项目的招商引资工作，启动3个项目的招商引资工作</b>				
加快建设 (31个)	1	红色水乡项目	休闲绿道和木栈道，养老养生设施、水上乐园、酒店、餐厅、茶馆、电影院、游泳池、球场、养生公寓等	麻榨镇	2017年继续推进
	2	南昆山慕思嘉华商业综合项目	旅游、酒店、房地产公寓、别墅	永汉镇	2017年底前启动
	3	龙门县永汉万洞生态旅游项目	旅游酒店、房地产、古村落文化观光、商业中心	永汉镇	2017年底前启动
	4	清明上河园项目	清明上河园（文化主题园）、农业观光、休闲度假、国防教育、水上乐园、12.3公里一河两岸生态观光	龙华镇	2017年底前启动
	5	惠州龙门生活之原旅游项目	温泉酒店、旅游地产	永汉镇	2017年继续推进
	6	云龙温泉度假酒店商业综合项目	商业综合、温泉酒店、旅游度假	永汉镇	2017年底前启动
	7	龙之泉原生态旅游文化村	度假酒店、度假公寓、园林建设等	永汉镇	2017年继续推进
	9	万惠洪浪山温泉度假山庄项目	温泉度假、休闲会所、水上娱乐设施及其他配套设施	龙华镇	2017年继续推进
	10	樱花岛休闲旅游项目	烧烤场、垂钓场、人工浴场、赛马场、果园等	龙城街道	2017年继续推进
	11	曼尔顿酒店	集高档住宿、中西餐饭、高尚娱乐、健身休闲商务洽谈会议接待等综合服务。	龙城街道	2017年继续推进
	12	三沐谷休闲旅游项目	观赏树木、休闲会所及度假木屋等	龙城街道	2017年底前启动
	13	广东富康养蜂生态旅游项目	集养蜂、休闲、旅游、度假、养生为一体的大型生态旅游项目	龙田镇	2017年继续推进

任务类型	序号	任务名称	项目内容	责任单位	进度安排
	14	香草世界度假村	休闲度假村、香草种植及深加工、名贵花木种植等	龙田镇	2017年继续推进
	15	南昆山居	休闲度假酒店、低层住宅、休闲运动生态公园等	龙华镇	2017年继续推进
	16	依云四季（恒福御泉）	温德姆度假酒店、度假公寓、别墅等	永汉镇	2017年继续推进
	17	万亩檀香	万亩檀香种植，生态体验农业，旅游观光项目	龙潭镇	2017年继续推进
	18	石莲下洞旅游度假项目	休闲度假、峡谷漂流、溯溪探险	龙潭镇	2017年继续推进
	19	国华南昆山项目	酒店、度假公寓、风情商业街、养生别墅及公共配套设施等	南昆山管委会	2017年底前启动
	20	中航银湖度假村	健身会所、游艇基地	南昆山管委会	2017年底前启动
	21	岁岁红商业街	商业街区、综合商住、商务酒店	龙华镇	2017年底前启动
	22	广东花木之乡	花木种植及交易、花卉科普、农业观光、农业创业、互联网+农业基地等	龙江镇	2017年底前启动
	23	龙景湾生态农业休闲旅游产业基地	生态养殖出口基地、生态旅游观光、高端田园旅游酒店、文化艺术会馆等	龙田镇	2017年底前启动
	24	芋蔓园瑶族特色风情街	商住、创业创意基地、瑶族特色风情街、农业休闲庄园、民族特色村落、瑶族风情文化展览馆及公园等	蓝田瑶族乡	2017年底前启动
	25	瑶池圣泉国际生态度假区	高端温泉养生、商务度假、文化体验、运动休闲、旅游地产	蓝田瑶族乡	2017年继续推进
	26	蓝田瑶乡（凤凰大地）生态村	接待中心、原舍、会议中心、农业科研中展训练营、农作物种植	蓝田瑶族乡	2017年继续推进

任务类型	序号	任务名称	项目内容	责任单位	进度安排
	27	碧桂大观(南昆山)生态旅游综合项目	温泉酒店、度假旅游	永汉镇	2017年继续推进
	28	悦榕山庄	旅游度假、房地产	南昆山管委会	2017年继续推进
	29	石河雅筑花园	旅游度假、房地产	南昆山管委会	2017年继续推进
	30	岭南农民画第一村”文化产业示范园	农民画艺术公寓、主题餐厅、农民画体验、会议中心、商务平台、版权交易平台	龙城街道	2017年底前启动
	31	白芒坑红色生态休闲度假区	红色生态观光、军事探险及亲子特训等	平陵镇	2017年继续推进
	<b>2017年继续推进 18 个建设项目，启动建设 13 个新签约项目</b>				
升级改造 (9个)	1	龙门县桂峰山生态旅游度假村	度假别墅、客服楼、栈道、.景区休闲配套设施等	地派镇	2017年继续推进
	2	云天海“艺术天地”	商务别墅及基础配套设施	南昆山管委会	2017年继续推进
	3	十字水生态度假村	树梢度假酒店、峭壁泳池会所	南昆山管委会	2017年继续推进
	4	竹涛苑升级改造	商旅服务、住宿、娱乐、茶艺	南昆山管委会	2017年继续推进

任务类型	序号	任务名称	项目内容	责任单位	进度安排
	5	金页酒店（二期）	住宿、旅游、餐饮、养生	南昆山管委会	2017 年继续推进
	6	尚天然花海温泉小镇	天然居、主题花海、婚纱摄影基地、欧洲风情街等	龙田镇	2017 年底前启动
	7	南昆山温泉旅游大观园二期	生态旅游度假屋、养生酒店、配套会所及道路等配套项目	永汉镇	2017 年底前启动
	8	香溪生态文化小镇项目	水上休闲娱乐、现代生态农业观光、分时度假营地、保健养生等	龙华镇	2017 年继续推进
	9	蓝田瑶族风情园	入口广场及大门改建、跨河吊桥改建、瑶族风情展示馆、瑶族风情街、健康绿道、度假居舍等	蓝田瑶族乡	2017 年底前启动
<b>2017 年持续推动 6 个升级改造项目，启动 3 个项目的升级改造工作</b>					

## 2 基础设施建设任务分解表

抢抓近五年快速发展的时间窗口，多方筹措资金，尽快启动 20 项重点基础设施的建设工作，包括 9 个县里统筹的基础设施项目，6 个镇街统筹的基础设施项目，5 个县镇村联动建设的基础设施项目。

表 7-2：龙门县公共基础设施任务分解表

主体	序号	任务名称	开发模式	责任单位	进度安排	项目内容
县	1	旅游数据中心	财政支持为主	牵头：县经信局 配合：县旅游局、县统计局、县编办	2017年底前启动	力争 2017 年底前正式启用
	2	全域旅游标识系统	财政支持为主	牵头：县公路局 配合：县旅游局	2017年底前启动	优先在高速公路、省道、重要景区进行布局
	3	旅游风景大道	PPP 为主	牵头：县交通运输局 配合：各乡镇区场（街道）	2017年底前启动	以 S119 为示范，逐步推进其他省道及 X222、X220 等主要线路的改造升级工作
	4	游客服务中心	PPP 为主	牵头：县旅游局 配合：各乡镇区场（街道）、企业	2017年底前启动	依托龙门县汽车总站、永汉车站级周边区域，进行枢纽型游客服务中心建设
	5	全域旅游厕所革命	财政支持为主	牵头：县环卫局 配合：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017年继续推进	优先在主要景区、休闲农业与乡村旅游点、旅游风景大道和休闲廊道沿线推行
	6	智慧旅游互动终端	财政支持为主	牵头：县旅游局 配合：各乡镇区场（街道）	2017年继续推进	在主要景区、接待服务站、主要森林温泉酒店、休闲农业与乡村旅游点逐步普及

主体	序号	任务名称	开发模式	责任单位	进度安排	项目内容
	7	旅游观光巴士	企业投资为主	牵头：县交通运输局 配合：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2018年底前启动	建议近期开通两条环线。一是以南昆山和县城为起始站，以 S119-S244-S355-X222 为路线，并在沿途设置站点；二是以县城和地派为起始站，以 S244-X220-S353 为路线，并在沿途设置站点。
	8	慢行绿道网络	财政支持为主	牵头：县住建局 配合：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2019年底前启动	优先在 S119 等省道、县道沿线开展建设，引导有条件的乡镇进行合理延伸
	9	自驾车营地	企业投资为主	牵头：县旅游局 配合：国土局、林业局、各乡镇区场（街道）	2020年底前启动	优先在环南昆山、环桂峰山、环丫髻山等优先开发区域进行布局
<b>2017 年县里继续推进或启动建设 6 项重点公共基础设施</b>						
镇	1	生态停车场	企业投资为主	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县住建局、县国土局、县旅游局	2017年继续推进	在主要景区、休闲农业与乡村旅游点、旅游风景大道和休闲廊道沿线规划建设
	2	高端酒店	企业投资为主	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县经信局、县旅游局	2017年继续推进	引导有条件的城区、圩镇开展高端酒店（精品酒店、高星级酒店）的招商引资和落地建设工作

主体	序号	任务名称	开发模式	责任单位	进度安排	项目内容
	3	品牌景区	财政补贴、企业投资	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县旅游局	2017年继续推进	引导现有景区升级建设，引导尚天然花海温泉小镇等启动创建国家 5A 级旅游景区，孵化新一批 A 级景区
	4	游客咨询服务点	财政补贴、企业投资	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县旅游局	2017年继续推进	在主要景区、休闲农业与乡村旅游点、旅游风景大道和休闲廊道沿线规划建设
	5	休闲街区	企业投资为主	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县住建局、县旅游局	2017年继续推进	引导有条件的城区、圩镇开展建设，建议在 S119 等主干道沿线规划建设
	6	龙门河水上游线	企业投资为主	牵头：各乡镇区场（街道） 配合：县水务局、县旅游局	2020年底前启动	建议在龙城街西林河、龙华镇龙门河、麻榨十里水湾等河段开展试点工作
<b>2017 年各乡镇持续推进 5 项重点公共基础设施的建设工作</b>						
村	1	民俗客栈	财政补贴、统一规范	牵头：县旅游局 配合：各乡镇区场（街道）、村（居）委会	2017 年继续推进	尽快完善“龙门客栈”品牌运作方案及扶持办法，建议在 S119 沿线开展第一批样板店的建设工作
	2	金牌农家乐	财政补贴、统一规范	牵头：县农业局 配合：各乡镇区场（街道）、村（居）委会	2017 年继续推进	尽快编制“龙门宴”品牌运作方案及扶持办法，在 S119 沿线先行开展农家乐的升级改造和规范管理工作

主体	序号	任务名称	开发模式	责任单位	进度安排	项目内容
	3	旅游购物点	自建自营、统一规范	牵头：县工商局 配合：各乡镇区场（街道）、村（居）委会	2017年继续推进	尽快编制“龙门手信”品牌运作方案及扶持办法，在有条件的圩镇、乡村开展试点建设工作
	4	游客医疗站	财政补贴、统一管理	牵头：县卫生院 配合：各乡镇区场（街道）、村（居）委会	2018年底前启动	结合双到扶贫及省旅游扶贫示范工作，扶持乡村旅游点依托村卫生服务站开展建设
	5	旅游富民宣讲站	财政补贴、统一管理	牵头：县组织部 配合：各乡镇区场（街道）、村（居）委会	2018年底前启动	结合美丽乡村、特色名村及旅游扶贫工作，扶持乡村旅游点开展建设，宣扬相关乡村政策，组织开展旅游就业创业等培训工作
<b>2017年县镇村联合行动，继续推进3项公共基础设施的建设工作</b>						

### 3 党政统筹任务分解表

牢牢把握从景点旅游向全域旅游升级的五年腾飞关键期，重点推进 60 件重要事项，包括 13 件全域全景打造事项，18 件产业融合示范事项，18 件供给侧改革事项，11 件主客共享落地事项。

表 7-3：龙门县党政统筹任务分解表

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
全域全景 (12)	1	做强南昆山生态旅游区龙头，开展“国家级旅游度假区”创建工作，建设生态家园、旅居家园、精神家园，逐步打响佛家文化、客家文化，开展区域旅游合作。	牵头单位：南昆山管委会 配合单位：县旅游局、县林业局、县国土局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	2	引导永汉镇打造国家温泉旅居小镇的建设，实施全域旅游二次创业，打造龙门旅居集散核心枢纽。	牵头单位：永汉镇 配合单位：县住建局、县国土局、县旅游局、县林业局、南昆山管委会	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	3	推进龙城街城市休闲旅游的发展，扶持发展大健康和文化创意产业，打造龙门城市休闲服务核。	牵头单位：龙城街道 配合单位：县旅游局、县文广新局、县国土局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	4	统筹七星岗、东廓圩市、西林河段等，推进龙门老城的项目招商及落地建设，打造城市中央文化休闲区。	牵头单位：龙城街道 配合单位：县住建局、县房管局、县旅游局、县文广新局、县民宗局、县水务局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	5	推进龙华镇 S119 健康养生线、龙门河乡村文化线的建设工作，重点孵化中医药健康旅游业。	牵头单位：龙华镇 配合单位：县旅游局、县农业局、县药监局、县水务局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	6	探索地派镇“国际慢城”的申报创建工作，扶持发展绿色农旅、养生健身产业，打造龙门全域旅游北大门。	牵头单位：地派镇 配合单位：县住建局、县旅游局、县天堂山水库管理局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	7	加快龙田镇养生养心产业和文化创意产业发展，打造龙门县城“休闲后花园”。	牵头单位：龙田镇 配合单位：县旅游局、县国土局、县住建局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	8	推动蓝田瑶族乡创建广东省民族地区科学发展示范乡的进程，引导文化旅游业的升级发展。	牵头单位：蓝田瑶族乡 配合单位：县住建局、县民宗局、县旅游局、县发改局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	9	推动龙潭镇竹木加工产业的升级，扶持发展竹木衍生产业、文化旅游产业，加强精品项目招商、落地工作。	牵头单位：龙潭镇 配合单位：县林业局、县旅游局、县农业局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	10	抓紧城区扩容提质契机，推动平陵镇红色旅游、农业旅游、祈福旅游等业态的发展，打响“龙门福地”品牌，塑造龙门休闲旅游东大门。	牵头单位：平陵镇 配合单位：县旅游局、县交通局、县住建局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	11	推进麻榨镇十里水湾项目，完善道路等基础设施，加快农业休闲与乡村旅游的发展，打造南昆山“前哨站”	牵头单位：麻榨镇 配合单位：县旅游局、县公路局、县农业局、县水务局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	12	整治提升龙江镇城乡环境风貌，提升生活休闲品质，引导乡村农家乐和花木商贸业的发展，打造四季飘香的“农业公园”。	牵头单位：龙江镇 配合单位：县旅游局、县林业局、县农业局	2017年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	13	以水坑村、高沙村、上东村、东埔村等为示范，推进古村古迹型、新农村示范型、红色旅游型、精准扶贫型美丽乡村的建设。	牵头单位：县住建局 配合单位：县扶贫办、县旅游局、县农业局、县文广新局、县交通局、相关乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
产业融合 (19)	1	加强农民画学术研究，加强人才培养引进工作，孵化“龙民画”流派，推进农民画的产业化、市场化进程。	牵头单位：县文广新局 配合单位：县农民画行业协会、县旅游局、相关乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	2	对传统古村落、古建筑及其他文物保护单位等进行修复保护，合理开发利用，坚决杜绝各类破坏行为。	牵头单位：县文广新局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	3	弘扬非物质文化遗产，开展品牌申报，包括省级“非遗”生产性保护示范基地、省级“非遗”教学研究基地、国家级非物质文化遗产（舞火狗）。	牵头单位：县文广新局 配合单位：县民宗局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	4	扶持、鼓励本土文化艺术创作，包括美术、音乐、微电影、戏剧、歌舞、广播剧和图书等优秀作品，开展“走出去”行动。推进文广新局、旅游局的合作交流，共同策划中国龙门画文化旅游高峰论坛、蓝田瑶族乡舞火狗文化旅游节、广东龙门文化旅游创业创新大赛等节事。	牵头单位：县文广新局 配合单位：县委宣传部、县旅游局、县农民画行业协会、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	5	以龙门县创建国家休闲农业与乡村旅游示范县为契机，引导有条件的农业基地及家庭农场创建市、省乃至国家休闲农业与乡村旅游示范点。	牵头单位：县农业局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	6	引导乡镇政府、农业企业、农民合作社等主体开展与旅游企业的广泛合作，积极探索农业旅游发展模式。	牵头单位：县农业局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	7	对麻榨粉葛、龙华年柑等申报国家地理标志产品。扶持优质农副产品进行品牌包装，成为旅游特色商品。	牵头单位：县农业局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	8	对接上级政府和农旅部门政策、资金，推进“一园一景”的建设，引导传统农业向休闲农业升级。	牵头单位：县农业局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	9	引导农民参与旅游就业创业行动，推出一批金牌农家乐、民俗客栈、乡菜馆、土特产购物店、手工艺作坊、乡村酒店等特色业态。	牵头单位：县农业局 配合单位：县旅游局、县工商局、县扶贫办、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	10	探索设立龙门县乡村旅游扶贫教育培训基金，开展乡村居民旅游就业创业的教育培训工作。	牵头单位：县人社局 配合单位：县农业局、县旅游局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	11	引导特色工业企业创新开展工业旅游、会展贸易等业务，打造电商基地、文化创意产业园等 2.5 产业园。	牵头单位：县发改局 配合单位：县经信局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	12	引导益力矿泉水、奥蜜等有条件的企业创建省市乃至国家工业旅游示范点等。	牵头单位：县经信局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	13	集合爱国教育、冬夏令营及研学旅游等形式，推进非遗进校园、文保校园展、师生出校游等主题活动。	牵头单位：县科教局 配合单位：县文广新局、县旅游局	2018 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	14	引导龙门老城等积极创建县市省研学旅游示范基地。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县文广新局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	15	推进绿道、自行车道、森林栈道等建设，完善健身公园、田径场等设施，引导健身俱乐部的发展。	牵头单位：县体育局 配合单位：县交通局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	16	策划汽车丛林越野、公路自行车、龙舟竞技、荧光夜跑、乡村自行车、田园足球赛、登山节等各类赛事。	牵头单位：县体育局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	17	以县体育馆为载体，引进水平相对较高的周期性体育赛事，同时依托龙门少年足球的影响力，定期举办少年足球邀请赛，着力开拓体育旅游市场。	牵头单位：县体育局 配合单位：县旅游局、县科教局	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	18	大力发展大健康产业，推进中医药养生项目建设，打造龙门中医药健康旅游新业态，近期依托蓝田长荣花卉金线莲种植基地，举办金线莲养生文化节。	牵头单位：县卫计局 配合单位：县药监局、县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
供给侧改革 (18)	1	推进旅游集散体系建设，完善区域集散枢纽、集散门户及景区集散点功能建设。	牵头单位：县交通局 配合单位：县国土局、县住建局、县旅游局	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	2	打通县域内部自驾环线，加强与博罗、从化、增城、河源区域旅游合作，构建“一环四线”自驾游线。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县交通局、县公路局	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	3	塑造城镇水上活力线、乡村水上文化线、生态水岸风景线等三类风景，打造各具特色的水上游线。	牵头部门：县水务局 配合部门：县住建局、县农业局、县林业局、县旅游局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	4	加强与索道集团接洽，开发森林索道旅游新体验。	牵头部门：南昆山管委会、龙潭镇 配合部门：县林业局、县环保局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	5	打造“白+黑”产品体系，塑造“山水悠游、田园观光”等十大旅游精品。	牵头部门：县旅游局 配合部门：县发改局、县经信局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	6	加大客源地营销、网络营销，同时组织旅行社开展龙门县精品旅游线路及区域联合线路进行推介，开发深度游市场，延长游客逗留时间。	牵头部门：县旅游局 配合部门：县新闻中心、县广播电视台、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	7	围绕“愉悦龙门·生态画乡”形象，加强宣传推广力度，打造品牌节庆活动，支持、指导行业协会大力开展旅游文化节庆活动，形成季季有活动，各地有特色的旅游宣传品牌。	牵头单位：县旅游局 配合单位：各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	8	实现景区、景点及重点旅游乡村 WIFI 信号全覆盖。同时向入境客人推送欢迎短信及，向创建全域旅游示范区领导小组报送入境外来人员数据。	牵头单位：县经信局 配合单位：电信龙门分公司、移动公司、联通公司	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	9	创新旅游发展综合协调体制，设立旅游发展委员会、旅游警察、旅游巡回法庭、旅游市场管理分局。	牵头单位：县编办 配合单位：县公安局、县法院、县工商局、县旅游局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	10	加强党政统筹，建立重要事项“一事一议”制度、全域旅游联席会议制度、目标督查及考核机制；	牵头单位：县委办、县府办 配合单位：县旅游局、县委组织部	2017 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	11	各镇街设立旅游办，落实办公场所、分管领导和工作人员。	牵头单位：县编办 配合单位：各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	12	推进多规合一的全域旅游规划。引导有条件的乡镇区场（街道）对接龙门县全域旅游发展总体规划，启动旅游发展相关的总规、详规、控规等方案编制工作。	牵头单位：乡镇区场（街道） 配合单位：县住建局、县旅游局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	13	改革创新旅游用地政策（包括农村自留地、荒山、荒坡利用），开通重大项目绿色通道。	牵头单位：县国土局 配合单位：县发改局、县住建局、县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	14	与旅游高等院校及相关智库建立长期的项目咨询合作关系，在学术研究、基础设施及旅游项目招商与落地、规划设计等领域展开合作。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县住建局、县国土局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	15	设立旅游发展专项资金，加快全域旅游升级发展。	牵头范围：县财政局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	16	全面推动龙门县“人才兴旅 412 工程”，以打造广东省旅游人才孵化基地为目标，加快建立健全旅游人才队伍。	牵头单位：县人社局 配合单位：县旅游局、县总工会、县财政局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	17	及时将旅游政策、旅游决策进行播报，对旅游不文明现象曝光、对旅游案件进行处理结果公布。收集民众及游客反馈意见，并以此为背景，改善旅游服务质量。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县新闻中心、县广播电视台	2017 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	18	调动民众积极性，开展以“一声问候、一张地图、一本画册、一个微信号”为主体的全民旅游营销工作。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县档案局、文广新局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
主客共享 (11)	1	加强生态环境保护，开展林业四大重点工程、企业节能减排、污水处理等行动，合理开展旅游开发。	牵头单位：县环保局 配合单位：县林业局、县水务局、各乡镇区场（街道）	2018 年底前启动 “十三五”持续推进
	2	建立景区最大承载力核定机制，有效预测控制重点旅游区环境容量。	牵头单位：旅游局 配合单位：各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	3	建立民宿发展运营规范，着力打造“龙门客栈”品牌。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县市场监管局、县公安局、县农业局	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	4	推进生态旅游和旅游节能减排，引导游客低碳出行、绿色消费。	牵头单位：县环保局 配合单位：县旅游局、各镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	5	合理改善县内所有景区景点和乡村旅游点的卫生环境，推进污水集中处理、垃圾集中收集处理工作。	牵头单位：县环保局、县环卫局 配合单位：县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	6	强化温泉景区吸引力，以“一汤一色”理念引导温泉景区提档升级，打造“龙门十三汤”品牌。	牵头单位：县旅游局 配合单位：县国土局、县住建局、县工商局、市场监管局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进
	7	出台《龙门县温泉资源管理办法》，整治温泉资源滥开滥采现象，规范温泉资源开发与利用。	牵头单位：县国土局 配合单位：县工商局、县市场监管局、县旅游局、各乡镇区场（街道）	2017 年底前启动 “十三五”持续推进

任务类型	序号	任务事项	责任单位	进度安排
	8	提升农家乐的生命力,规范运营,探索建设“龙门宴”品牌。	牵头单位:县农业局 配合单位:县旅游局、县环保局、县环卫局、市场监督管理局、药监局、各乡镇区场(街道)	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	9	擦亮龙门农民画品牌,探索塑造“龙民画”品牌。	牵头单位:县文广新局 配合单位:县旅游局、县发改局、县农民画行业协会	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	10	扶持龙门特色的旅游商品,培育“龙门手信”品牌。	牵头单位:县经信局 配合单位:县工商局、县旅游局、县市场监督管理局	2017年底前启动 “十三五”持续推进
	11	落实推进环南昆山森林温泉度假旅游产业园的建设,对接推进南昆山—罗浮山旅游一体化进程,探索建立两市四地的环南昆山旅游区。	牵头单位:县委办、县府办 配合单位:县旅游局、各乡镇区场(街道)	2018年底前启动 “十三五”持续推进
汇总	<b>“十三·五”时期持续推进 60 项任务,其中 2017 年底前启动 46 项,2018 年底前启动 14 项。</b>			

# 三、示范区创建指引

## 1. 创建策略

2016年，国家旅游局出台的《全域旅游示范区创建验收标准》，正式提出了4个基本要求和8个评估标准，总共47个评分项目，总分1000分，得分超过750即可通过验收。基于龙门县的现实条件，建议采取“332”的得分策略：即“3个满分项，3个百分项，2个及格项”。期望分值为850分左右。

——三个满分项。政府重视程度（130分）、旅游业综合贡献（120分）、游客满意度（120分）等软实力上争取拿满分，共计370分。

——三个百分项。体制机制（130分）、产品特点（120分）、资源保护（120分）等模式创新上争取拿到100分以上，共300分。

——两个及格项。配套设施（130分）、旅游业态（120分）等硬实力上争取每项得分在90分以上，共计180分。

## 2. 基本要求

龙门县创建国家全域旅游示范区应力争2017年底在4项基本要求上达标：

——切实强化旅游业综合贡献。进一步理清、优化统计方法，建立全域旅游统计指标体系。力争到2017年底，到2017年，实现旅游业增加值占本地GDP比重15%以上，就业人口中旅游从业人员占比20%以上，农民人均旅游收入占比达到20%以上，旅游税收占地方财政税收10%左右。

——建立健全旅游综合管理和执法体系。完善“1+3”党政统筹的创建机制。进一步发挥创建工作领导小组的统筹协调作用，逐步完备重要事项“一事一议”制度、年度工作推进会、县镇目标考核机制等，营造“全县一盘棋”创建氛围；健全“1+3”是从旅游综合管理体制，稳步推进旅游发展为会员的建设，强化旅游市场管理分局、旅游巡回法庭、旅游警察支队的人才建设，确保到2017年底龙门旅游“0重大事故、0严重警告、0严重投诉、0严重不文明现象”。

——厕所革命及公共服务建设成效明显。按照“全覆盖（城乡）、全开放（临路、临街、临景的事业单位厕所）、全向导（标识系统）”的工作思路，合理有序地推进旅游厕所革命，基本实现“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”的目标；同时，重点推进S119、S355和S244线的旅游风景道升级，完善旅游交通标识、安全保障设施设备配套，强化以自驾车旅居车营地、水陆绿道为主体的“快旅慢行”旅游交通体系建设。

——**建成旅游数据中心。**建立完善的旅游信息服务体系，合理有序地推进旅游数据中心的建设工作，优化完善自媒体发布平台、在线咨询与服务平台；逐步在国家4A级旅游景区、重点交通枢纽、重要公共场所等涉旅场所实现“四个全覆盖”，即是Wi-Fi、通讯信号、视频监控、流量监控全覆盖。

### 3. 重点工作

2017年是验收年，应兼顾8个认定条件，分清轻重缓急，合理有序推进：

——**政策支撑：搭好“3+N+2”支撑体系。**即是落实推进3个政府文件——《关于促进旅游业升级发展的实施意见》、《龙门县创建国家全域旅游示范区工作方案》、《龙门县全域旅游发展总体规划（2016-2030）》；统筹协调“N”个支持部门，发改、财政、公安、交通、城建、国土等部门出台专项意见和扶持政策，尤其是国土局，要保障每年有一定的土地指标用于保障旅游项目，并探索旅游用地政策改革创新，比如旅游差别化用地等；设立“2”个承载载体：旅游项目和专项资金。其中，旅游项目要做到“有领导机制、有投资规模、有品牌效益”，专项资金要做到“有独立资金、有整合平台、有市场参与（PPP、众筹等模式）”。

——**旅游交通：逐步打通四个“最后一公里”。**将城市交通网络与全域旅游相衔接，城市公路（高等级、景观化）逐步打通旅游景区（点）的最后一公里，标志系统逐步打通城乡和旅游景区点的最后一公里；公共交通（公交、出租车、网约车）逐步打通旅游景区（点）的最后一公里，慢行系统（绿道、蓝带）逐步打通城乡和旅游景区（点）的最后一公里。

——**公共服务：分步做到“三全、三有”。**“三全”，旅游标志、旅游集散咨询体系、停车场分片区、分步骤做到功能齐全、布局周全。“三有”，旅游安全（四个一：管理机构、管理制度、应急预案、救援体系）有保障，公共游憩空间有配套，房车自驾车营地要有特色。

——**智慧旅游：力争做到“三有、四全”。**“三有”，尽快设立旅游数据中心、自媒体发布平台、在线咨询与服务平台；力争在涉旅场所（4A级景区、交通枢纽、公共场所等）选取若干试点，实现Wi-Fi、通讯信号、视频监控、流量监控全覆盖。

——**旅游环境：推进“美化、绿化、洁化”行动。**结合国家生态文明示范县、国家文明县城的创建工作，进一步推进“美丽乡村”行动，力争做到城镇是干净的，乡村是美丽的，天是蓝的，水是绿的，街道无垃圾、城乡无雾霾、工厂无污水、山体无裸露。

——**旅游要素：部署推进“四菜一汤”品牌建设。**进一步完善“四菜一汤”

特色品牌的规范标准与实施办法，选取、培育若干试点，使之成为丰富龙门旅游产品体系的重要载体，力争做到“吃有滋味、住有内涵、行有保障、游有收获，购有惊喜，娱有乐趣”。

——**宣传推广：做到“两个有、四个新”**。加强龙门旅游市场宣传进和项目招商力度，实现“两个有”，即是有统一的全域旅游目的地形象、有独立的旅游宣传推广资金，“四个新”即是积极采用新媒体、新技术、新手段、新途经。不断提升龙门旅游的市场知名度和品牌美誉度。

——**共建共享：四个联合、四个共享**。基于“政府主导、市场主体、社会主流”的合作模式，联合民间资本共建配套设施，联合志愿组织共建公共服务，联合学术机构共建人才培养，联合当地群众共建旅游宣传；逐步落实四项共享措施，落实带薪休假制度，设立公益性景区（免费开放），在国家A级旅游景区实施特殊人群的门票减免（学生、未成年人、教师、军人、老年人、残疾人），配备特殊人群专用设施（孕婴、老年人、残疾人等）。

# 规划图件

# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

规划范围图



# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

## 区位分析图



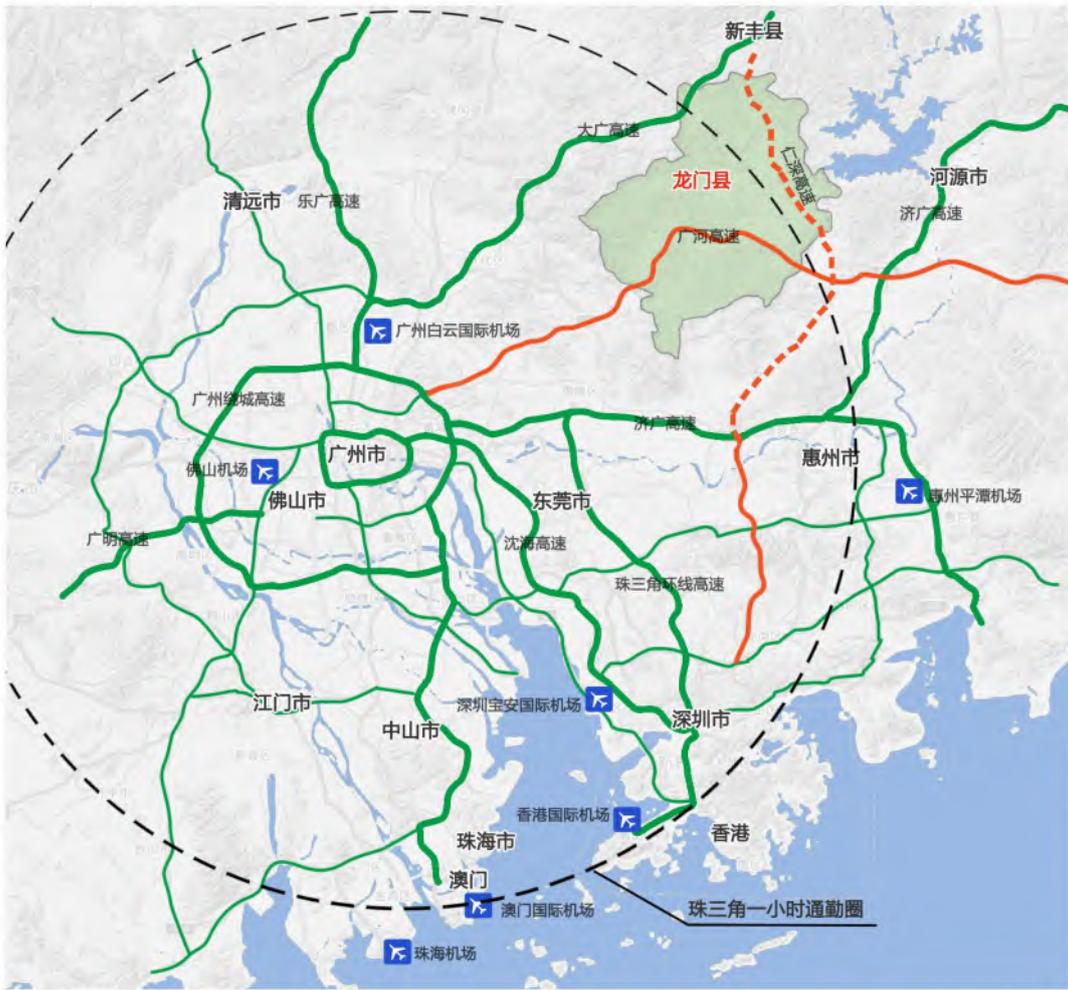
——紧邻广佛都市圈、深莞惠都市圈，“多城辐射效应”明显

——坐拥珠三角及港澳地区6600万游客市场



# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

## 交通分析图

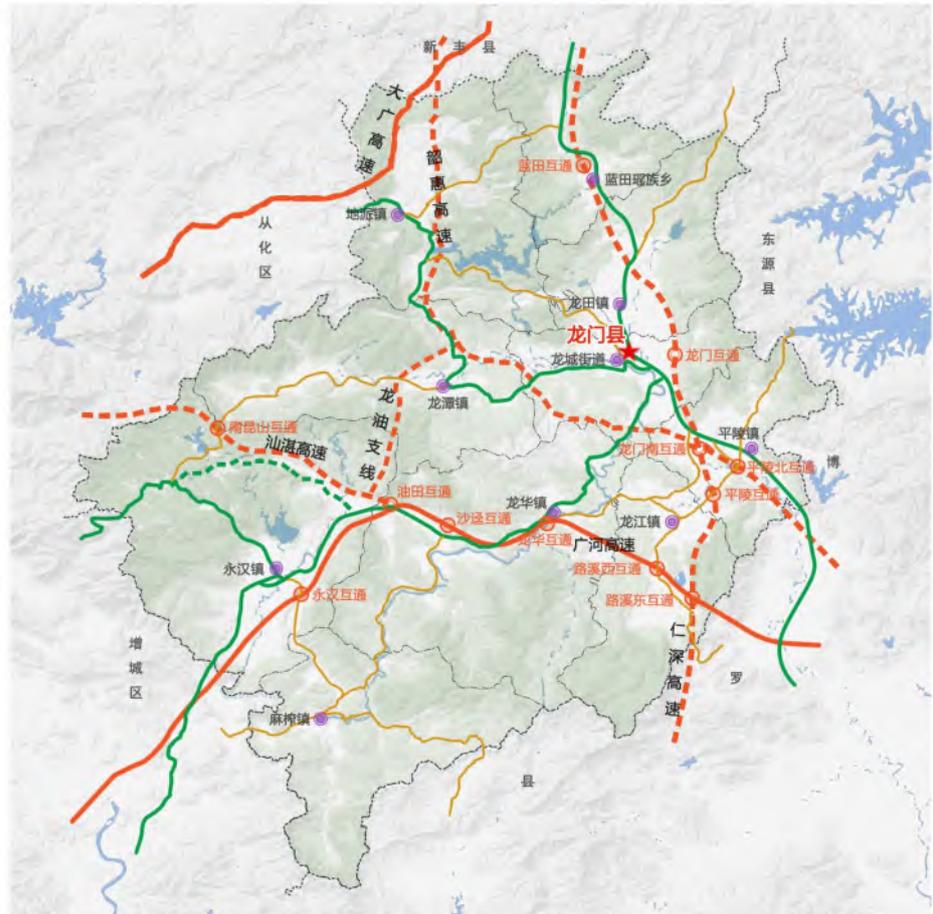


### 区域交通分析：

- 毗邻四大国际机场，打开对接全球的空中通道
- 地处珠三角1小时通勤圈
- 粤东地区通往广州的交通咽喉
- 粤北通往惠州、东莞、深圳、香港的锁钥

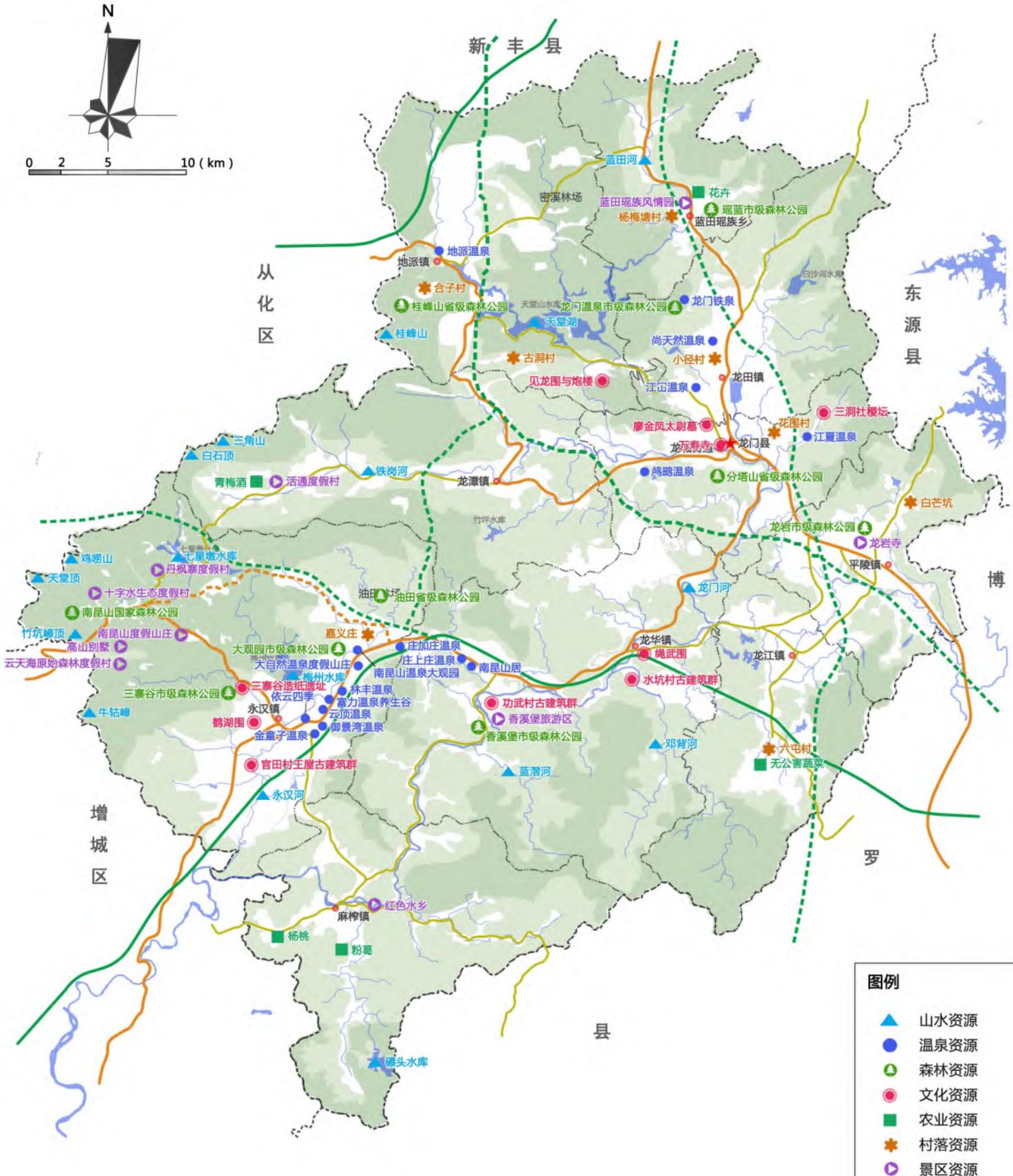
### 内部交通分析：

- 高速公路：“两横三纵一支”，即广河高速、汕湛高速、大广高速、仁深高速、韶惠高速、龙油支线
- 省道：S119、S244、S353、S355、新S355（南油公路）
- 县道：X222、X261、X218、X224、X191、X221、X192、X220、X219、X223



# 龙门县全域旅游发展总体规划 (2016—2030)

## 重点资源分布图





# 龙门县全域旅游发展总体规划（2016—2030）

## 总体空间布局图



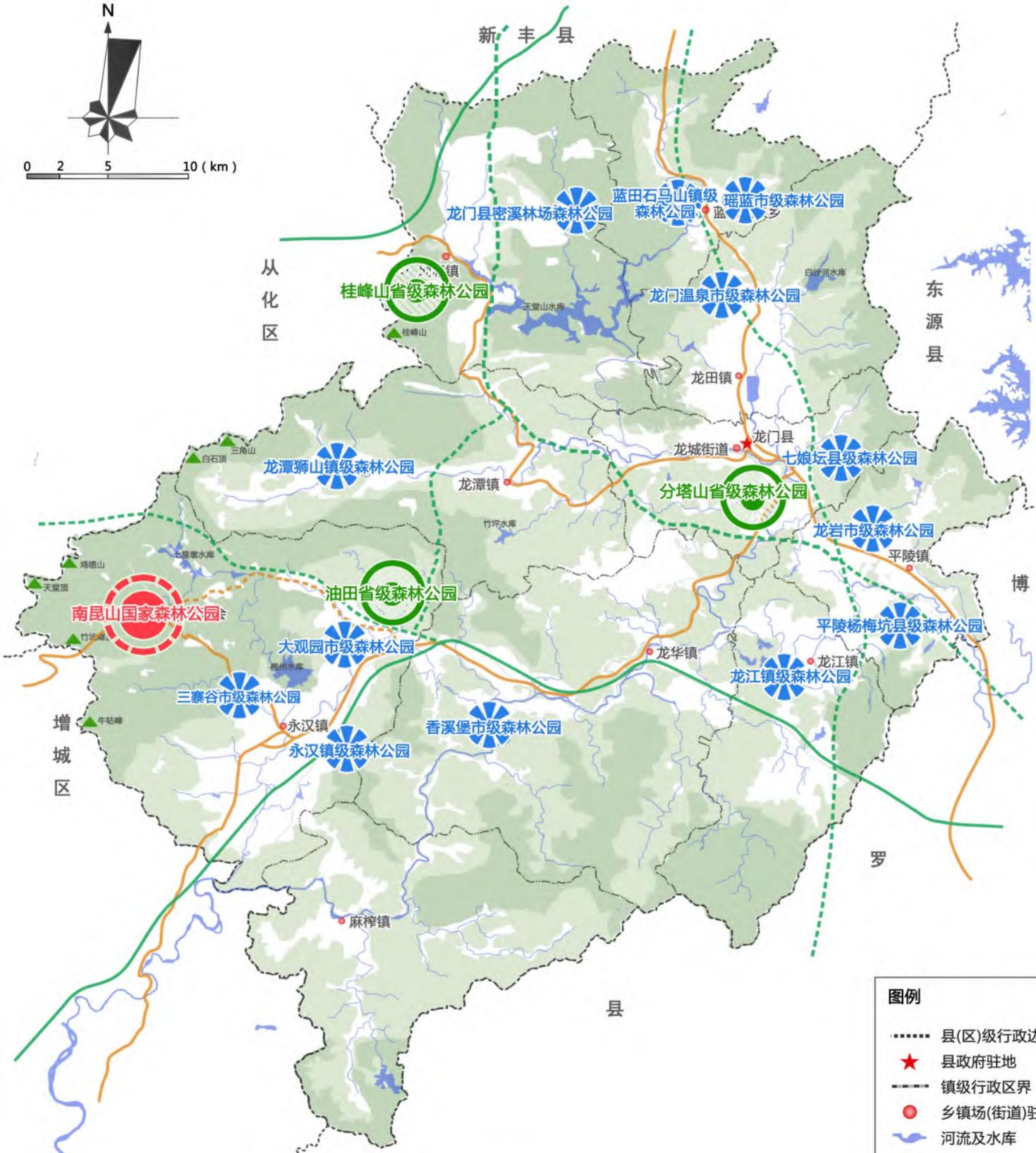
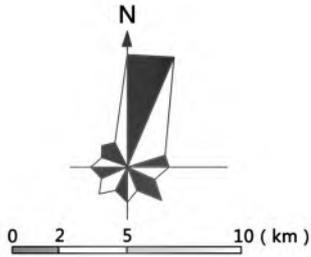
# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

## 特色小镇发展指引图



# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

## 森林旅游发展指引图



- 一个龙头**——综合型度假基地：南昆山国家森林公园
- 三驾马车**——特色型森林景区：油田省级森林公园、桂峰山省级森林公园、分塔山省级森林公园
- 十三转轮**——精品级森林公园：十三个市县级森林公园

### 图例

- ..... 县(区)级行政边界
- ★ 县政府驻地
- 镇级行政区界
- 乡镇场(街道)驻地
- ~ 河流及水库
- ▲ 千米山峰
- ◎ 国家森林公园
- 省级森林公园
- ⊗ 市县级森林公园

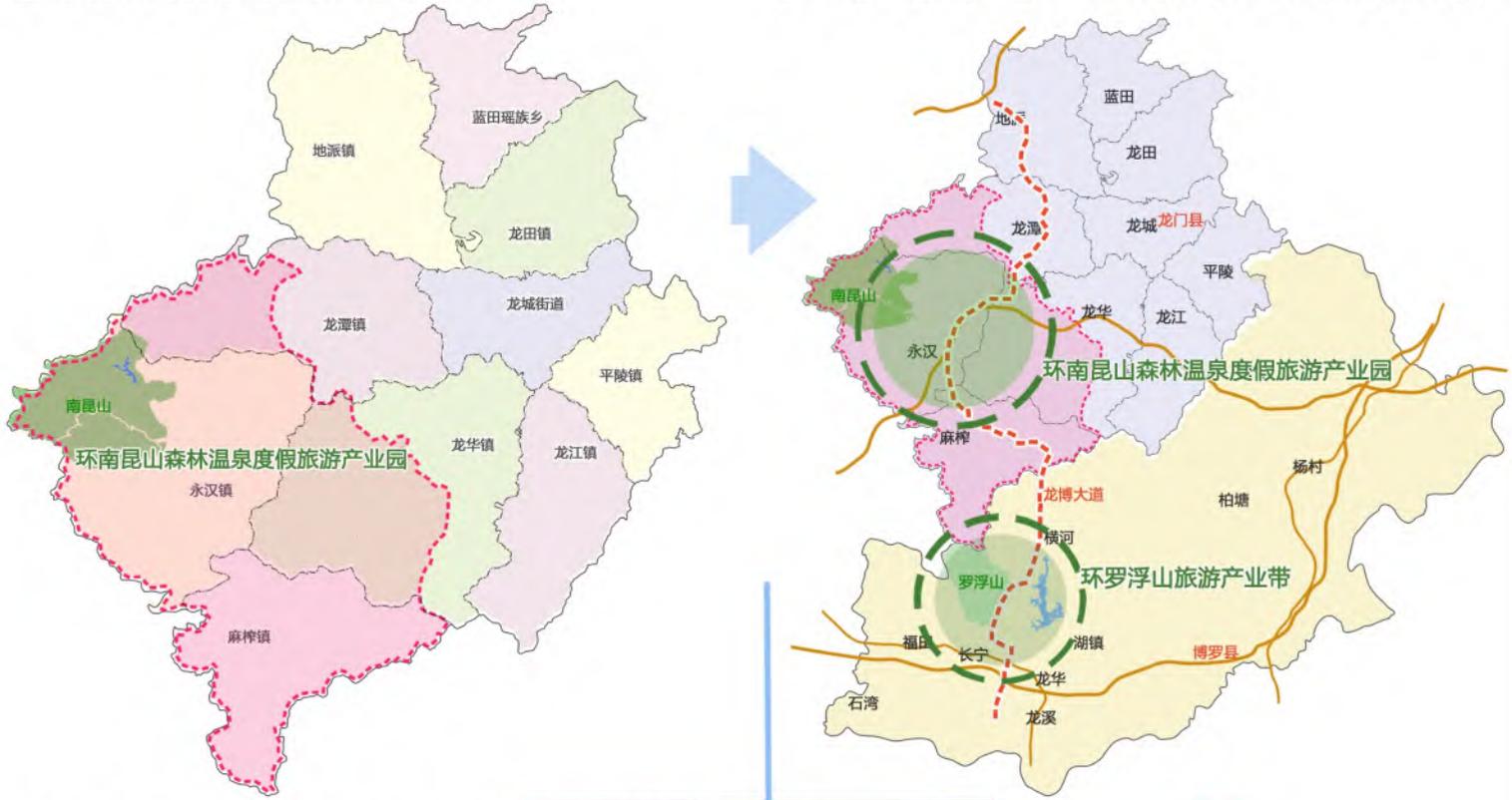


# 龙门县全域旅游发展总体规划 ( 2016—2030 )

## 区域合作发展指引图

走“山上品牌，山下产业”的发展道路，争取上升到省级平台，创建省级旅游产业园，打造世界级森林温泉度假地

市级统筹，推进南昆山—罗浮山旅游一体化，打造南昆山—罗浮山旅游产业协作区，构建珠三角生态休闲度假首选地、区域旅游联盟示范区



省级层面统筹广惠两市四地（龙门、博罗、从化、增城）旅游合作，构建环南昆山旅游产业带和无障碍生态旅游圈，打造全省生态旅游产业示范区域和山区生态旅游综合配套改革先行区，创建国际生态度假旅游目的地

