

五、配套措施

(一) 工业园区建设

增城市《关于加快工业发展的决定》专门对其下属镇建设工业园作出了明确的规定，小楼镇应根据市的决定加快工业园区的建设。

《决定》第八条规定，北部4个山区镇（派潭、小楼、正果、福和），有条件的各规划1个工业园区。但由于小楼镇的情况特殊，经济具有明显的中心之分，并且在经济的中心地区，没有大片的合适土地用于工业园区的建设，因而在规划时，在按照市的《决定》规划在江坳村建设一个工业园区之外，还规划在镇中心区有限度地发展工业。

因此小楼镇的工业园区建设不仅仅指江坳的工业园区，也包括镇中心区的工业区建设，后者与前者相比，其档次和规格可以相对较低。

未来小楼镇的工业发展主要以江坳的工业园区为主，除没有特殊要求外，原则上新的工业项目都进入园区，但如果工业企业有特殊的要求，可以在镇中心区投资。

工业园区基础设施建设的重点是江坳工业园区，镇中心区已经具有

了一定的工业基础设施，如有需要，进行一定的改善可以满足。

小楼镇两个工业发展的区域，可根据自身资源、原有基础及上级的规划，进行一定的产业分工，制造业、食品加工、农产品加工、高新技术产业、环保产业主要在江坳工业园；汽车配件、附件在镇中心区。

江坳工业园要高起点、高标准进行规划，主要指基础设施、环保措施、园区景观等都要高标准。

江坳工业园区开发建设应采取政府与社会共同开发的模式，社会应是主要的角色，政府起次要的配合作用，政府投入只作为一种引导性资源。由于政府财力有限，在工业园区开发建设时，政府可通过申请上级支持、贷款、财政省节等方式筹集资金，进行部分基础设施建设。

重点是引进社会资金。市的《决定》中对工业园投资者的政策比较宽松，小楼镇在开发工业园区过程中，应采取灵活多样的方式，引进社会资金。最为重要的方式是土地转让、抵押、出租，以换取开发资金。

(二) 协调与荔城等周边的关系

任何地方经济都脱离不了与周边地区发展的关系。小楼镇的经济也与其周围的经济发展关系紧密，特别是随着未来的东部板块的推进，小楼

镇将进一步融入到周边地区经济之中。

在诸多关系中,最重要是与荔城的关系。不管是旅游、休闲、商业、贸易、等第三产业,还是工业,以及人员往来和人民的生活方面,小楼镇与荔城都存在着不可分割的关系。

小楼与荔城紧密的经济联系,需要小楼与荔城加强协调,特别是在规划、政策实施、问题处理等方面要较好的协调一致,使小楼与荔城的发展能相互促进。

与周边的镇之间的关系,也对小楼镇的发展影响重大。小楼镇的旅游资源的开发,发展旅游业,需要得到他们的支持,周边镇旅游资源的开发,旅游线路的整合,是小楼镇旅游业要上一个台阶的条件;另外农业的发展、生态环境的保护、商业贸易、人员往来等也有非常密切的联系。

(三) 提升政府管理能力

在社会主义市场经济体制下,政府要有所为和有所不为,政府职能要从原来的直接从事经济活动转变为对经济进行调控和为经济发展提供服务这些方面来。地方政府在经济发展过程中,其作用不是弱化,而是更为重要,具有更大的依赖性,政府管理能力对地区经济发展产生直接的影

响。

小楼镇政府作为最低一级的政府机关,与社会经济生活关系最近,为促进小楼经济的健康、稳定、快速发展,必须提升镇政府管理的能力。

提升镇政府管理能力主要提升政府规划、决策、协调、问题解决的能力。重点提升镇政府机构的运作效率和提升镇政府工作人员的能力。

提高镇政府机构运作的效率。一是要提高政府的财政能力,二是要树立镇政府的权威性,三是要政府机构精干。

提高镇政府工作人员的能力。政府运作效率如何实际上还要落在政府工作人员的身上,提高镇政府工作人员的能力主要有两个方面:

——政府工作人员思想观念的转变。随着政府职能的转变,政府工作人员的思想观念也需要跟上时代,政府职能中的服务性内容的增加,必然要求政府工作人员的服务观念的强化。

——政府工作人员能力的提高。政府工作人员不仅要有服务意识,积极为小楼镇的发展提供服务,而且政府工作人员提供的服务要科学、合理。现实中,有部分政府工作人员在为企业提供服务的过程中,只注意自己的服务态度,而忽视了自己所提供的服务是否科学、合理。

提高政府工作人员的能力主要可以通过引进人才、对现有人员进行培训、组织人员学习、考评等方式进行。

(四) 营造良好的创业环境

一个地区的创业环境一般包括硬环境和软环境。硬环境一般涉及一个地区的地理位置、交通、经济发展水平、基础设施、科技、文化教育事业状况等；软环境涉及所研究地区的治安状况、法制状况、企业管理体制、政府行为机构办事效率、市场化程度、社会保障制度等。

——小楼改善创业环境必须同时从硬软环境同时着手。从硬环境的角度来看，必须强化城市基础设施建设，降低企业生产要素成本。协调好交通、能源、土地等生产要素，降低水、电、土地的使用价格，降低城市要素集聚的“门槛”，减轻企业集聚的成本，减轻企业的负担。

——从软环境的角度来看，政府要增强城市的综合服务功能，积极主动地为企业服务，使企业能够切实得到制度、技术、信息及金融方面的支持。简化办事程序，规范审批行为，提高办事效率和质量，规范市场秩序。政府应采取积极科学的措施，为中小企业集资融资、市场营销、招聘人才、电子商务、信息提供等方面提供良好的宏观环境，鼓励中小企业在行业内和行业间的合作，提高中小企业管理者和员工的素质，利用科技和知识促进其增长，推广外来的新型管理模式。

(五) 缩小村级之间的发展不平衡

小楼镇内因自然条件及开发先后的原因，各村之间的经济发展很不平衡，一部分村因经济条件太差，其运作发生困难，使人们的改善落后面貌的信心也丧失了。村经济发展的不平衡，严重影响了小楼镇整体经济、社会事业的发展，镇政府必须对此问题加以重视，必须找有效的办法加以解决，以缩小村与村之间的差距，使落后村逐步发展起来。

原先政府积极为困难村申请扶贫资金、积极寻找扶贫帮助对象的办法不是一个好办法，问题的解决最终还是要通过发展来实现，要通过政府对困难村的产业扶持、人的素质的提高、观念的改变、道路交通通讯等基础设施的完善，创造条件，培养困难村内在的造血能力，推动经济的发展。

(六) 加强镇中心区建设，增强镇中心区的引力和带动力

由于发展不令人满意，而且受到其发展空间上的限制，小楼镇中心区的带动和吸引力不强，今后小楼镇的发展要加强镇中心区的建设，通过完善功能设施和环境、发展第二、第三产业、镇中心区范围的向外扩张等方式，使之成为适宜创业和居住的区域，实现通过发展增强带动和吸引力，强劲的带动和吸引力又推动发展的良性循环。

(七) 加快民营经济的发展

小楼民营经济还较为薄弱。发展民营经济,必须加强引导和服务,为人们提供创业的舞台和环境。

——放宽各行业的市场准入条件,特别鼓励民营经济进入工业、第三产业、基础设施、城镇建设、市政公共事业、文化娱乐事业等领域。

——政府应采取措施,为民营企业生产经营提供必备的资源配置条件。

——建立起资助扶持民营企业发展的创业基金,建立起鼓励民营企业发展的融资、信贷体系。

——帮助民营企业在体制上和技术上进行创新,逐步摆脱“家族管理”的模式,建立起现代企业制度。

——加快改变民营企业产品雷同、科技含量不高的现状,提高科技含量,增强企业的核心竞争力。

(八) 推动社会事业的发展

经济发展并不是一种简单的经济现象,而是一个社会的经济、政治、文化及历史传统等多种因素共同作用的结果,因而一个地区要想成功地实

现经济发展,就必须具备多方面的前提和条件。

小楼镇在发展经济的过程中,不仅要强调经济的发展,注重经济方面事业的建设,而且要关注社会事业的发展。

小楼镇政府应重点关注小楼镇基础教育的发展、群众素质的提高、文化设施建设、医疗卫生体育的发展。

专题之二——小楼镇旅游业发展规划

一、背景分析

小楼镇位于增城市的北部,距增城市区 11 公里。东接正果镇,西连福和镇,南近荔城镇,北与派潭镇相连。全镇总面积为 138.4 平方公里,人口约 5 万人。2002 年人均收入 3200 元,属于增城市北部山区经济发展落后的镇之一。全镇森林覆盖率达 57.6%,是广州市北部绿化带的重要组成部分,也是我国第二批生态示范区,被称之为增城市的后花园。

增城市紧邻广州东侧,与白云区和黄埔区接壤,而广州未来的发展趋势是朝着东南方向发展,增城得地利之便,成为广州产业转移的首选目标之一,同时也为增城旅游业的发展带来了客源和商机。而且增城作为广州市的郊区市之一,其旅游景点早已纳入了广州市旅游业总体规划的线路组织和网络设计之中,也位于广州市的环城休憩带上。广州市争创“全国最佳旅游城市”和亚太地区重要的国际旅游城市等目标的确立促进了广州市本身旅游业的发展,也将带旺增城旅游业市场。

随着人们生活水平的提高,“双休日”工作制的推行,使得国民的闲

暇时间大为增加,空闲时间多了,人们自然会想到要找个地方去放松身心、消磨时光,这就形成了所谓的“假日经济”。但由于平时假期并不长,不可能进行远程旅游,故而像增城这类保持着较好生态环境、充满田园野趣的大都市边缘区的小城市往往成为人们周末度假的首选去处。尤其是经过“非典”洗礼后的广州市民,空气清新,绿色开敞,生态环境宜人的地方更是他们假日的首选之地。

增城市的旅游业发展目标将成为以休闲度假为主,集观光、休闲、娱乐、购物、美食、商务等功能于一体的现代化生态型旅游城市,充分体现增城作为广州大都市旅游圈“东花园”的重要地位,使旅游业成为增城市第三产业的龙头和新的经济增长点。

小楼镇生态旅游资源丰富,镇内有邓山、竹坑水库,长 水库、万亩冬瓜基地、万亩荔枝基地和流过小镇的增江河,环境优美;而且人文旅游资源独特,是八仙之一“何仙姑”的故乡,镇内有一座始建于明朝的何仙姑家庙,还有被称为“仙彩带”的盘龙古藤,距今 1000 多年的历史,极具神秘色彩。

因此,小楼旅游业面临着发展良机,具有发展旅游的资源条件,但 2002 年,小楼镇的游客人数 6 万人,旅游收入 30 万元(主要以何仙姑家

庙门票收入为主)。这主要由于小楼的旅游业发展目前存在着旅游产品没有品牌、地域旅游资源组合力度不够和资金紧缺、旅游资源开发深度不够等诸多问题,这些问题严重制约着小楼镇旅游业的发展。因此,为解决制约旅游业发展的问题,迎接旅游业发展的机遇,以此吸引游客,增加旅游收入,使旅游业成为小楼镇新的经济增长点就成为本次规划的目的和任务。

二、小楼镇旅游业地位和前景

旅游业是一个资源消耗小,关联带动性强的产业。世界旅游组织研究表明,旅游企业每直接收入1美元,相关行业的收入就能增加4.3美元;旅游部门每增加1个就业人员,社会能增加5个就业机会。而且对相关产业带动大,旅游业涉及十几个不同的领域和行业,因此,其发展的好坏,直接关系到国民经济和社会发展的全局。

从1998年起,中国将旅游业列为国民经济新的增长点之一。全国24个省区市将旅游业确定为本地区的先导产业、龙头产业或支柱产业。近5年来,中国旅游业总收入平均以每年12.7%的速度增长,高于同期国内

生产总值8.3%的平均增长率,已经成为国民经济新的增长点。2000年,中国旅游业总收入已达4519亿元人民币,相当于当年国内生产总值的5%,已经成为国民经济的支柱产业。

“九五”期间,广州市旅游业已经成为国民经济的六大支柱产业之一;增城市也将旅游业定位为第三产业的龙头和新的经济增长点,小楼镇未来旅游业的发展是增城市主要组成部分,是增城市旅游形象“荔乡仙境”的“仙境”和“荔乡”之一,而且也全镇森林覆盖率达57.6%,是广州市北部绿化带的重要组成部分,也是我国第二批生态示范区,被称之为增城市的后花园,因此虽然在2002年小楼镇的游客人数只有6万人,旅游收入也只有30万元,但是根据小楼镇具有的旅游资源来看,小楼镇旅游业的发展潜力是巨大的,旅游业可以成为小楼镇新的经济增长点和目前的先导产业,起到先行作用来推动基础设施及其相关产业的发展,也能更好的激发人才的流动、资金的流动,带动经济发展,之后将逐步提高在国民经济中的比例,成为小楼镇经济发展的主导产业乃至支柱产业。

三、小楼镇旅游业发展状况

(一) 旅游业发展现状分析

1、旅游资源开发及旅游景区建设情况

(1) 旅游资源开发利用情况

小楼镇旅游资源开发利用具有如下特点:

①自然资源基本没有开发。除了邓山、长 水库开始起步开发一两个旅游项目之外, 吉洲岛做了规划设计之外, 其它自然资源还都没有开发。

②人文景点基本上都是小规模浅层次开发。何仙姑家庙占地 800 平方米, 盘龙古藤公园只是在四周修筑围墙。景区内容单一, 内外配套设施欠缺, 停车场地严重不足。

③农业观光游还没有开发。

④美食购物游还没有开发。

(2) 旅游景区建设情况

小楼目前已开发的景区并不多, 主要有何仙姑家庙和盘龙古藤公园。

表 3-1 小楼镇主要景区基本情况一览表

名称	性质	占地规模 (平方米)	服务区域范围	票价(元)
何仙姑家庙	人文景点	800	广州、深圳、南海、东莞等地为主	3
盘龙古藤公园	名胜古迹	200	广州、深圳、南海、东莞等地为主	3

2、旅游业发展的产业基础

小楼镇旅游业发展的产业基础相对薄弱, 食、住、行、游、购、娱基本都没有开发。

3、客源市场分析

由于目前小楼镇旅游资源开发的广度和深度不够, 缺乏知名度高、辐射范围广的大型旅游项目, 旅游业的发展尚处于初级阶段, 故很难吸引远程游客。客源多为增城及其周边市县的香客以及回乡探亲的华侨和港澳台同胞, 也包括了一部分过往游客。2002 年接待游客 6 万人次, 其中海外游客(包括港澳台同胞)约有 1 万人。每年游客大都集中在三月初七仙姑诞辰、八月初八仙姑升天这几天。

(二) 旅游资源评价

1、资源结构特征

从类型结构来看，小楼镇的旅游资源种类较为丰富，既有怡人的自然风光，又有历史悠久的人文景点。自然景观包括了山林、岛屿、江河、沙滩、水库、等。小楼镇历史悠久，镇内有一座始建于明朝的何仙姑家庙，报德祠、仓沮圣庙、景星塔等都有一定的知名度。此外，邓山生态公园、吉洲岛、增江河两岸、水库以及荔枝和冬瓜等也是吸引游客的地方特色资源。

不同类型的资源，其开发利用方向不尽相同。自然风光主要用于开发生态旅游和提供科普教育的基地；人文景观可供游客观光和进行爱国主义教育，另外，寺庙还可以开展宗教旅游，吸引宗教信徒作为固定客源，而一些保存较好的古建筑则具有科学考察的意义；地方名优特产是商务游、美食购物游的动因，其生产基地还可以开展观光游（如表 2-5-1）。



何仙姑家庙



盘龙古藤



景星楼、报德祠、仓沮圣庙

表 3—2 小楼镇旅游资源类型结构一览表

类型		名称及分布	开发利用方向
自然 风光	山 寨	招贤山	生态旅游 科普教育
	森 林	邓山生态公园	
	岛 屿	吉洲岛	
	江河沙滩	增江河	
人 文 景观	水 库	竹坑水库、长 水库	观光旅游、科学考察 宗教朝拜、爱国教育
	历史文物	何仙姑家庙、报德祠、仓沮圣庙、景星塔	
	名胜古迹	盘龙古藤	
名 优 特产	农业	九益万亩荔枝基地、万亩冬瓜园	观光旅游、美食、购物

2、资源空间分布特征

小楼镇旅游资源遍布整个市域。其中自然风光分布在小楼的东部、西部和南部,人文景观主要分布在东南部和中部。如小楼镇旅游资源分布图。

3、开发利用价值

在自然资源方面,山体被破坏不多,现今仍基本保持着原有的自然形态和较好的生态环境,但在对游客吸引力和社会影响力方面,却不如广东的一些名山。而且就自身而言,又存在着山地林种单一,生态系统稳定性差、旅游环境容量小等缺陷,因而在对其进行开发利用时应解决好旅游环境承载力与旅游门槛人数之间的矛盾。

在人文资源方面,能作为独立景区开发的只有何仙姑家庙和盘龙古藤,报德祠、仓沮圣庙和景星塔都只能作为景点开发。但何仙姑家庙也比不上德庆的龙母太庙名扬四海和香火鼎盛,这主要是由于何仙姑家庙规模不大、内容较单一、设施配套不齐,对一般游客缺乏长久的吸引力。

在地方特产方面,九益万亩荔枝和西境万亩冬瓜基地都是小楼的名

优特产,可以开展观光农业和开发旅游纪念品。

四、小楼镇旅游业发展的优劣势分析

(一) 优势

1、丰富的生态资源

小楼镇是广州市北部绿化带的重要组成部分,也是我国第二批生态示范区,被称之为增城市的后花园。该镇周边东有增江河,北有二龙河,西南有观音山山脉,自然环境优美,依山傍水,林木葱郁,森林覆盖率达57.6%。在人们向往回归自然的今天,尤其是非典过后的今天,这将是一个宝贵的资源和环境优势。

2、具有独特的人文旅游资源

小楼镇是八仙之一“何仙姑”的故乡,何仙姑家庙始建于明朝,庙中有一口“何仙姑”的前身素女因不满封建帝王的专制,反抗包办婚姻,向

往自由而投井自尽被点化成仙的“仙井”，井中水质清纯，爽口甘甜，终年不竭，据说能治百病，前来求仙水的络绎不绝。同时仙姑庙的正堂的瓦脊上还有一株飞桃，在瓦上生长已有百年之久，而且年年开花结果，被称为“仙桃”。庙不在大，有仙则灵。何仙姑家庙虽小，香火却很旺，每年都有几万人前来朝拜。

盘龙古藤，相传是八仙之一的何仙姑的彩带变的。古藤长势茂盛，蜿蜒曲折，远看犹如一条巨龙盘旋，伸延三十米，覆盖地面四百多平方米。每年七月，古藤开出白色米粒状的花，香飘四溢。它是目前东南亚所发现最大的古藤，其身干最粗部分周长 1.7 米，实属罕见之物。

3、区位优势，交通便利

小楼镇位于增城市北部，与荔城镇相连，西距广州 70 公里，南至深圳 150 公里，距增城 11 公里，区位优势，容易接受来自增城市乃至广州的客源辐射。

同时，小楼镇对外交通便利，有双向 4 车道的 国道（公路）横贯南北和正在规划建设中的广惠高速公路穿越东西，构成小楼对外联系的主干道。镇内实现了村村社社通公路。

（二）劣势

1、旅游产品没有品牌

旅游产品的开发是旅游业发展的物质基础。小楼镇现状的旅游产品主要以宗教人文（何仙姑家庙）为主、生态休闲旅游产品、农业观光旅游产品和餐饮美食旅游产品还没有开发，目前没有形成品牌和精品。

2、地域旅游资源组合力度不够

小楼镇的虽然拥有独特的人文资源和丰富的生态资源，但在资源类型和结构上仍然显得单薄。东面正果镇的畲族村是广州地区唯一的少数民族聚居地，畲族有自己独特的民族语言、民歌、服装、习俗、民居和图腾崇拜等，其异族风情对游客具有相当的吸引力。北面派潭镇高潭温泉属单纯的硫磺矿温泉，具有较高的医疗和开采价值。可见，正果镇独特的畲族民俗民风和派潭镇的温泉是小楼镇旅游资源的重要组合，但现状组合力度不够。

3、资金紧缺、旅游资源、景点(区)开发深度和保护力度不够

经济是旅游业发展的动力,经济实力不强,资金投入不足,必然会影响到旅游业的后续发展。小楼镇 2002 年财政收入 550 万元,资金非常紧缺,这使得旅游资源开发,旅游景点(区)宣传、旅游形象塑造等工作的开展举步维艰。

何仙姑家庙目前只有 800 平方米,仙姑殿、三忠祠、父母殿的屋面都出现了不同程度的弯曲、下坠和渗水,尤以三忠祠最为利害。墙头、墙身出现裂缝,危害隐患很大。另外,盘龙古藤公园只有 200 平方米,长期以来用砖墙临时围合,杂草丛生,严重影响着旅游业的发展。并且,承受古藤的混凝土廊多处出现裂缝、脱落和露出钢筋,已经不能承受其最大的荷载,面临倒塌的危险。被盘缠的古榕已经枯死,保护古藤已经到了刻不容缓的程度。

五、小楼镇旅游业发展规划

(一) 指导思想、原则和目标

1、指导思想和原则

(1) 指导思想

小楼镇旅游业发展的指导思想是按照小楼镇将旅游业作为主导产业发展和新的经济增长点的要求,以充分利用现有旅游资源,不断挖掘文化内涵,提高景点品位为基础,对全镇旅游资源进行全面规划布局,完善旅游功能,改善综合环境,加强景点开发建设,努力形成环境优美,景色迷人,吸引力强、效益良好的旅游资源开发建设新格局。

(2) 原则

规划应遵循以下两个原则:

——市场导向原则

、适应旅游发展趋势,积极参与旅游市场竞争与合作联合,充分利用旅游市场,实现旅游的产业化。小楼的旅游资源开发,重点是依赖其所处的

增城和广州市之一优势,建设成广州市和增城的“后花园”。同时,开拓独特的丰富多彩的生态旅游和人文旅游产品,不断提高市场占有率,形成新的旅游目的地,提高旅游综合经济效益。

——特色和精品原则

特色是一个地区区别于其它地区的本质所在,是旅游地得以生存、发展的基本条件,是旅游的灵魂和生命。精品是旅游目的地的形象长期以来,小楼作为“何仙姑”的故乡,已经吸引了许多游客前来,因此小楼镇旅游资源下一步的开发方向仍应把握这一主体方向,并不断加以充实完善和提高。具体来讲,即从旅游景点建设、活动项目设计等方面的形式和内容上充分展示小楼镇独特“何仙姑”人文特色,确立小楼宗教人文的旅游目的地形象。

2、战略目标

(1) 总体目标

依托小楼镇特色旅游资源,科学规划、合理开发、规范管理、综合配套,努力将小楼镇建设成为以休闲度假为主的生态旅游镇,充分体现小楼镇成为广州市都市游憩带上的节点,使旅游业成为小楼镇新的经济增长

点。

(2) 分阶段战略目标

——近期(至2005年):新的经济增长点;

完成何仙姑家庙广场和盘龙古藤公园的主体建设和基本配套设施,成为增城和广州市的旅游热点,初步建立小楼镇的旅游形象。

——远期(2006—2020年),先导产业阶段。

全部完成小楼旅游景区和景点及其配套设施的建设,在珠江三角洲和港澳台两个市场上确立小楼镇的名牌产品地位。

(3) 量化指标预测

分阶段量化指标如表 5-1:

表 5-1 小楼镇旅游业发展指标预测

项目		2005 年		2020 年	
		数量	年平均增长率 (%)	数量	年平均增长率 (%)
城市接待总人数 (万人次)	上限	7.06	8.5	16.9	5.5
	下限	6.87	7.0	14.69	4.8
海外游客 (万人次)	上限	1.23	11.0	3.98	7.5
	下限	1.18	8.5	2.94	6.0
国内游客 (万人次)	上限	5.83	8.0	12.92	4.9
	下限	5.69	6.7	11.75	4.5
接待过夜旅游者 (万人次)	上限	——	——	1.7	——
	下限	——	——	1.5	——
旅游业收入 (万元)	上限	34.0	6.5	78.46	5.5
	下限	33.71	6.0	71.77	5.0

(4) 主要依据

由于小楼镇的旅游业刚刚起步,因此缺乏历年旅游人数和收入的数据,鉴于小楼镇旅游业是增城市旅游业的主要组成部分,小楼镇旅游业发展指标预测主要参照增城市旅游业发展指标预测的增长率。

(二) 客源市场定位

小楼镇旅游资源最大的优势在于其良好的生态环境和独特的何仙姑人文资源景观,另外,传统的地方土特产(如冬瓜、荔枝)等也具有相当的开发潜力。但由于其旅游业起步晚、基础差、投入少,行业发展未成规模,缺乏吸引力强、知名度高的旅游景点和大型旅游项目,将其客源市场定位过高显然是不现实的。今后相当一段时期内,增城客源的构成仍将以周边的广州、东莞、南海、佛山、深圳等珠江三角洲为主,且具有典型的“假日经济”特征,时段性明显,在周末、节假日前后将会出现“旅游热”。

表 5-2 小楼镇旅游客源市场分级构成表

市场级别	客源地
一级市场	以广州市为主
二级市场	珠江三角洲其它地区、港澳台地区
三级市场	国内其它地区和海外

(三) 旅游形象战略和市场促销

1、旅游形象定位

旅游形象主要由一个地方的文脉和内外公众对旅游地形象地看法

确定。一个地方地文脉包括所处地自然地理环境特征,又包括长期历史发展所积累下来的地方人文特征,又包括长期历史发展所积累下来的地方人文特征,因此,文脉是一个地区集自然、经济、文化、社会、历史人文传统等综合一体的四维时空结构。

小楼镇位于增城市的北部,是广州市北部绿化带的重要组成部分,也是我国第二批生态示范区,被称之为增城市的后花园。它具有优美的生态环境(森林覆盖率达57.6%),独特的人文资源(何仙姑家庙)。在《小楼镇中心镇区总体规划(1994-2015)》中将小楼定位为:“全镇的政治、经济、文化中心;是依托增城市区,外引内联发展轻重工业、旅游业和自然环境优美的现代化小城市。”在这次小楼镇的社会经济发展规划中将小楼镇定位为:到规划期末,把小楼镇建设成经济繁荣,结构优化,设施齐全,人民生活富裕、环境优美、社会文明的现代化花园式城镇;集旅游、休闲(包括休闲房地产)、轻型工业、生态农业为一体的荔城郊区镇。可见,自然环境和生态农业是小楼镇非常重要的特征,旅游业是小楼镇发展的重点产业之一。

由于时间和条件的限制,我们没有对内外部公众进行旅游地形象看法方面的调查。

根据以上文脉分析的结果,小楼的旅游形象可定位为:“绿园仙踪”。主要包括两个方面的内容:一是绿色生态环境和绿色农业园;二是何仙姑文化。

2、旅游宣传口号设计

旅游宣传口号可定位为:“绿园仙踪休闲游”。它很好地概括了小楼镇的“绿源仙踪”的旅游形象。

3、市场促销

(1) 印刷高质量的旅游宣传品。如标志明显的导游图、旅游指南、宣传画、宣传册、影视风光片等。

(2) 开设促销窗口。近期在增城和广州开设促销窗口,加强与各旅游主管部门、各旅行社、旅游饭店集团等旅游企业的合作与联系,销售小楼的旅游产品。

(3) 参加大型促销活动。积极参加增城和广州组织的各种旅游展览会、博览会、交易会 and 促销活动,融入增城和广州整体品牌进行促销。

(4) 适时适度进行广告宣传。在广州有影响力的报刊上刊登有创意

性的广告，着重介绍小楼的旅游资源特色和魅力。

(5) 采取多样化的报道，扩大名声。采用“请进来”的办法，邀请广州主要报刊的记者、墨客前来参观采访，通过专题报道、游记、散文等作品形式刊登在报纸杂志上以扩大影响。同时选择“三月初七”和“八月初八”两天节庆日子、摘仙桃日子、七月古藤开花之日进行促销。

(6) 着力声像宣传。即为小楼的主要景区拍摄录像片或记录片，形象生动地反映小楼的风光、风貌、风俗和风情。

(7) 注意搞好节庆活动。这有两个方面，一是指宗教的节庆活动，如“三月初七”仙姑诞辰之日和“八月初八”仙姑升天之日，二是摘仙桃之日和七月古藤开花之日。在开展节庆活动时，应注意以下几点：一是要广造声势，在活动前要刊登大量广告做好与旅行社的合作关系，以吸引大量游客。在活动借宿之后亦要在报刊杂志上刊登各种感受、心得之类的文学作品；二是要注重参与性，如摘仙桃之日可以让游客参与其中共同品尝“仙桃”，让游客参与其中，体验节庆活动。三是要日常化、商品化、市场化。吸引游客仅仅是手段而已，最终目的是让游客高高兴兴消费，带走美好的回忆。因此在搞节庆活动时，注意娱乐设施、旅游商品和餐饮的配套，以获得最大的经济效益。

(8) 强化标志宣传。在进入小楼的所有交通要道，均建一座白色的何仙姑塑像，上有“绿园仙踪”四个大字。在各类宣传品上，甚至小到各景点的门票，也都有醒目的统一标志和形象。

(四) 旅游产品开发与设计

1、旅游产品开发

(1) 生态休闲旅游产品。以邓山森林公园、竹坑水库和长 水库、吉洲岛和增江河为主的旅游产品。邓山森林公园应充分利用其空气清新、温度适宜等优势，建成邓山森林公园度假村；竹坑水库和长 水库应保持湖面的本来面目，建成娱乐区，形成良好的天然生态环境；吉洲岛和本次规划的旅游居住组团应建成休闲高尚饮食居住区；增江河则可以利用已经开工的初溪水利工程形成的景观发展增江河游。

(2) 宗教人文旅游产品。以何仙姑家庙和盘龙古藤为主题的道教文化产品是小楼镇独家经营的垄断性产品，经过努力，可以发展成为珠江三角洲的绝品。

(3) 农业观光旅游产品。其特点是投资少、成本低、见效快、收益

大、游客参与度高。可将现已成片的冬瓜基地和将要成林的荔科技园各开辟一块稍加改造,使之成为便于观赏和品尝的农业观光园地。另外,还可以通过专门的节庆活动来展示,如小楼冬瓜节和荔枝节等。

(4) 餐饮美食旅游产品。这是从零开始的产品。这既是对旅游产品单薄的一种必要的补充,也是休闲娱乐的必要补充。餐饮美食产品要充分体现绿色无污染食品的特色和何仙姑家乡的文化特色(如道教素食饮食),打响“食在小楼”的口碑,成为“食在广州”的重要组成部分。

(5) 与周边旅游资源组合,开发保健、康复旅游和民俗旅游产品。可以与北面的派潭温泉旅游和东面的畲族旅游资源组合。在当代的旅游产品开发中,特别强调参与性,这也是游客希望得到体验和交流的需求所在。可以充分挖掘畲族的生活方式和民间风俗,如村寨、歌舞、节庆、风味餐、手工艺品等,都能成为吸引都市游客的“稀奇”产品,还充分利用温泉洗浴、洗病、强身的功能来形成保健、康复旅游产品,由于广州市和周边的温泉众多,要注意产品开发应与它们的区别。

2、旅游线路设计

旅游线路是旅游产品的实际表现形式,成功的旅游线路应使旅游者能

够在最短的时间和路程内游览到一个城市(地区)最多的精华景区(点)而又不感到过渡疲劳。因此,景区(点)的选择应以满足大众需求为出发点,线路应尽量闭合,不走或少走回头路,同时要注意与周边镇的线路衔接。根据小楼镇域的旅游资源分布和道路现状和规划,旅游线路可分为一日游和二日游。

(1) “一日游”线路组织

何仙姑广场——盘龙古藤公园——本次规划的旅游商住组团或吉洲岛(午餐)——报德祠——万亩冬瓜基地——九益万亩荔科技园——长 水库——广州(早晨从广州出发,先参观何仙姑广场和盘龙古藤公园,中午到本次规划的旅游商住组团或吉洲岛吃午餐,下午先参观报德祠,接着到万亩冬瓜基地和荔科技园观赏、品尝、购物,然后到长 水库游玩,最后结束行程返回广州)。

(2) “二日游”线路组织

——“小楼镇二日游”

何仙姑广场——盘龙古藤公园——本次规划的旅游居住组团或吉洲岛(午餐)——九益万亩荔科技园——邓山(夜宿)——竹坑水库——西境冬瓜基地(午餐)——报德祠——游增江河——广州(第一天早上从广州

出发,先参观何仙姑广场和盘龙古藤公园,再到本次规划的旅游居住组团或吉洲岛用午餐,到九益万亩荔枝园观赏、品尝、购物,然后到邓山生态公园游玩,在邓山用晚餐,夜宿邓山。第二天由邓山出发到竹坑水库游玩,中午到万亩冬瓜基地用午餐,再参观报德祠,然后乘船游增江河,最后到小楼镇区上岸回广州)。

——小楼、正果、派潭精品二日游

何仙姑广场——盘龙古藤公园——九益万亩荔枝基地(午餐)——报德祠——西境冬瓜基地——派潭温泉(夜宿)——正果畲族村(午餐)——游增江河——广州(第一天早上从广州出发,先参观何仙姑广场和盘龙古藤公园,再到九益万亩荔枝基地用午餐,参观报德祠,到西境冬瓜基地观赏、品尝、购物,夜宿派潭温泉,第二天早晨仍泡温泉,再到正果畲族村吃午餐,然后观赏民歌、服装、习俗、民居和图腾崇拜,然后乘船游增江河,最后到小楼镇区上岸回广州)。

(五) 规划空间布局

根据小楼镇旅游资源的开发利用价值、空间组合和地域分布特征,结合镇域基础设施配套和各镇社会经济发展状况,可将空间布局规划为

“一中心三线”,形成4大的功能组团,不同组团的功能各有侧重,但在总体上突出了小楼镇以休闲度假功能为主,以增城、广州等周边地区为主要客源地的旅游业发展方向。

“一中心”是指小楼镇的镇区。“三线”是指以镇区出发点的向北部、西北部和西南部延伸的旅游线。北线是指沿派潭河和增江的滨河地带,西北线是指沿国道和向竹坑水库延伸的地带,西南线是指向邓山沿延伸的地带。

4 大旅游功能组团分别游“一中心和三线”组成,包括了“仙踪文化旅游中心”、东线“滨河绿源休闲旅游组团”、北线“农业绿园观光旅游组团”和西南线“生态旅游组团”。仙踪文化旅游中心是指以何仙姑广场、盘龙古藤公园景区。滨河绿源休闲旅游组团是指以增江河为中心的休闲度假区。农业绿园观光旅游组团是以九益万亩荔枝园和西境冬瓜园为中心的休闲生态区。生态旅游组团是指以邓山、竹坑水库、长水库为中心的生态休闲度假区。

(六) 旅游业发展产业基础规划

1、基础设施规划

(1) 旅游交通

到达小楼镇的交通方式是公路,在小楼镇旅游的交通方式主要也是公路,只有游览增江河是水运,因此旅游交通规划主要在于旅游公路、旅游车辆。与外界联系的旅游公路主要是南北向的 276 省道和已经规划的省道,联系各旅游景点的村道也基本修通,但旅游车辆需要购置,目前没有旅游车辆。另外,需要在增江河建设两个码头,购置几艘游船。

(2) 邮电通讯

开通宾馆、饭店、娱乐场所和各个景点景区内部的公用电话,特别是开通公用 IDD、IC 和 IP 电话。

(3) 网络信息

重点建设面向旅游信息服务的旅游网络信息中心,主要包括旅游预定系统和旅游信息系统。

(4) 旅游保健

重点是建立完善的旅游卫生保健系统,包括卫生、保健、救护、医疗、度假等设施的完善和各类设施的相互协调。

2、旅馆业规划

(1) 旅馆业市场定位

酒店业的市场定位主要依据小楼的客源市场以增城和广州市为主,而且具有“假日旅游”特色,因此旅馆业适于发展具有地方特色的“农民旅馆”、“家庭旅舍”和“木屋帐篷”等新型的旅馆。

(2) 旅馆选址

旅馆应布局在自然环境优美、安静、交通方便的地区,因此适宜修建在本次规划的旅游居住组团、吉洲岛和邓山。建筑风格要与小楼的自然人文景观协调,建筑风格应多样化。

3、餐饮业规划

(1) 餐饮业市场定位

小楼的客源市场主要是以增城和广州市为主,旅游资源特色以生态和宗教人文为主,因此餐厅主要以大众化为主,菜单主要以绿色食品和素

食为主。

(2) 餐厅选址

旅游定点餐厅主要为旅游者服务,因此定点餐厅应布局在旅游的主要通道和重要旅游点附近,方便旅游者的活动安排。小楼的旅游定点餐厅主要可以设在何仙姑家庙广场和盘龙古藤公园内,也可以安排在九益荔枝园、西境冬瓜基地和本次规划的旅游居住组团。

4、旅游购物规划

(1) 旅游商品规划

旅游商品主要是以冬瓜为特色食品,如冬瓜糖、冬瓜茶、冬瓜干等;以荔枝为特色的食品,如新鲜荔枝、荔枝干等;以何仙姑文化的道家工艺纪念品为主。并建立旅游商品生产基地。

(2) 购物场所规划

主要集中在本次镇区规划的商贸组团、西境冬瓜基地、九益荔枝园等地。

(3) 购物管理

——对定点商店的商品明码标价,取消讨价还价;

——设立旅游商品销售管理机构;

——建立旅游定点商品销售法规;

——加强旅游定期定点从业人员的培训;

——对定点旅游商店实行质量保证金制度。

5、旅行社规划

建立小楼镇“绿园仙踪”旅行社,该旅行社应以企业制度为目标,是“四自”的法人实体,要保证旅行社的服务质量。

(七) 近期战略重点项目

近期,小楼镇旅游业发展主要是要着手何仙姑家庙旅游区(何仙姑家庙及文化广景区、盘龙古藤公园景区和吉洲岛娱乐度假区)的开发建设和一些景点的规划设计。

1、何仙姑家庙旅游区的开发建设

(1) 何仙姑家庙及文化广景区的开发建设

——规划设计

何仙姑广场, 占地约 10000 平方米, 是以何仙姑家庙为中心进行整体规划, 形成以何仙姑道教神仙文化为主题的综合性宗教广场。

从主题角度来说, 整个广场分为 5 进: 第一进为开端、发展; 包括入口和牌楼, 第二进为第一个高潮, 是以麻姑坛为中心的集合广场; 第三进为原何仙姑家庙, 是贵宾、香客祭祀的场所。其中, 仙姑殿作为主轴, 此轴包括麻姑殿、三忠堂、父母殿和仙廊; 第四进为八仙台、凤凰台、会仙馆, 使人感到“登百尺之高观, 聊因高而遐望”的神仙境界; 第五进为尾声, 包括八仙岩、得真小院、仙姑花园、洗手间以及仙馆(办公室)。

——近期建设内容

2004 年, 何仙姑广场景区的前期准备工作, 如到项目立项、办理“一书两证”; 搬迁何仙姑广场范围内居民, 拆迁景区内的建筑物和构筑物, 完成用地范围内的“七通一平”。

2005 年, 完成景区中何仙姑家庙的整茨和建设。这是景区中的高潮, 也是核心部分。



何仙姑广场鸟瞰效果图



何仙姑广场入口效果图

(2) 盘龙古藤公园的开发建设

——规划设计

盘龙古藤公园, 占地约 8000 平方米, 是以盘龙古藤为中心, 何仙姑道教神仙文化为主题的园林建筑, 处于整个何仙姑风景序列的尾声部分。全园分为五个区域: 古藤园、古藤展示区、茶座景区、仙姑仙源景区、地方文化展区。

——近期建设内容

2004 年, 盘龙古藤公园景区的前期准备工作, 如项目立项、办理“一书两证”; 搬迁盘龙古藤公园景区范围内居民, 拆迁景区内的建筑物和构筑物, 完成用地范围内的“七通一平”; 完成盘龙古藤的保护工作。

2005 年, 完成景区中盘龙古藤园的建设。



古藤园人工塑石廊效果图



盘龙古藤公园鸟瞰效果图



吉洲岛别墅区效果图



吉洲岛仙姑乐园效果图

(3) 吉洲岛娱乐度假区的开发建设

——规划设计

吉洲岛娱乐度假区主要是围绕吉洲岛沙滩,丰富的植被,增江河水营造一个供游客娱乐、饮食和度假的环境。规划设计东北面为饮食娱乐区、西南面为别墅区,中间以标志性灯塔为界。

——近期建设内容

2004年,继续深化吉洲岛娱乐度假区的规划设计,并开始前期准备工作,如项目立项,办理“一书两证”。

2005年,完成别墅区的“七通一平”。

2、其它旅游景区(点)规划

此外,还应该加强其它旅游景点的规划,如九益万亩荔枝园、西境冬瓜基地、派潭河和增江河两岸的规划、邓山景区的规划、竹坑水库和长水库的规划。

六、小楼镇旅游业发展对策与措施

(一) 结合旧城改造,协调何仙姑家庙旅游区周边房屋搬迁和征地工作

何仙姑家庙旅游区的开发建设要结合旧城改造,在开发的建设的时

注意保护旅游区内的古村落。

根据何仙姑家庙旅游区的规划和何仙姑广场、盘龙古藤公园规划,何仙姑广场面积将由现状的 800 平方米扩大到 10000 平方米,盘龙古藤公园将由现状的 200 平方米扩大到 8000 平方米,其中涉及到大量的的房屋拆迁和征地,需要镇政府协调房屋拆迁工作和征地工作,要充分发挥镇政府的主导作用和协调作用。

(二) 建立多元化招商引资体系,用政策鼓励投入

资金投入是旅游发展最迫切、也是最实在的问题,建设何仙姑广场和盘龙古藤公园需要大量资金,因此应多方筹集资金,多渠道解决。

一是要争取海外功德性捐助。重点首先是港、澳、台崇信道教的富商巨贾或大企业家,其次是日本,再次是东南亚,有意愿的西方华侨也可以争取。如 1999 年,日本人捐助 200 多万元用于仙姑塔的建设,现已经完成。

二是国内大型企业和个人的专项功德捐助。一项建筑、一个小品、乃至一个香炉、一道照壁,均可捐助。捐助单位和个人一律刻名以记。

三是争取省和市的宗教基金、省和市的扶贫发展基金的资助。

四是组成专职的招商引资小组(或办公室),走出去向全国大型企业集团游说,将土地与项目捆在一起,提供对方长期稳定的政策环境。

五是提供优惠政策。主要是土地使用、税收、经营等方面给予明确的优惠政策。

(三) 加强城镇规划设计,为旅游业发展服务

旅游业的有序发展和旅游规划设计会对城镇建设提出一系列要求,应在城镇规划中统一,如商业网点、宾馆酒楼、停车场所、道路建设、市政配套以及城镇美化、形象、城市标志乃至城市建筑风格、街道色彩等,都要给游客对小楼镇留下一个刺激性强的深刻印象、美好回忆和隽永的联想。

既然旅游业已经成为小楼镇发展新的经济增长点,而且旅游业发展规划和城镇规划同时开展,那么城市规划与设计应积极与旅游规划配套,顺应旅游业长期发展的需要。同时,也须更多地从旅游者的需求出发,制定有特色、方便游客、又有利于出效益的城市规划。其主要协调内容有:布局协调、建筑协调、色彩与标志协调、服务设施协调和环境协调。尤其

要重视的是县城的形象设计和标志性建筑,成为小楼镇的旅游形象的塑造和传播的标志性建筑物和吸引物。

(四) 加强旅游人才的培养, 提高服务质量

在知识经济时代, 人才是决胜的法宝。旅游景区能否获得持续的生命力, 归根到底还是取决于人才。因此, 小楼镇政府应多渠道培养旅游人才。一方面, 可以通过与各种高等教育机构订立代委培计划, 以及提供优厚福利待遇吸引外来人才等, 为小楼旅游业引入高层次的专业人才; 另外一方面, 应通过与旅游企业建立联合培训网络, 对职工进行业务技能培训和职业道德教育等, 从整体上提高旅游业从业人员的素质, 塑造小楼良好的旅游企业形象, 从而使旅游业获得持续发展的动力。

