

增城作为广州东部板块的绿洲，旅游资源丰富，地理位置优越。对于周边的广州、东莞、深圳等都市里的人来说，是一方休闲、度假、健康旅游的胜地，尤其是近年来增城大力发展旅游产业，「城市后花园」「最美的南国荔乡」等名声在外。

史寿山 著

大旅游

增城旅游发展的实践与思考



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



大旅游

增城旅游发展的实践与思考

史寿山 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州



图书在版编目 (CIP) 数据

大旅游：增城旅游发展的实践与思考 / 史寿山著. —广州：暨南大学出版社，2013. 2

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0448 - 8

I. ①大… II. ①史… III. ①地方旅游业—旅游业发展—研究—增城市 IV. ①F592.765.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 302901 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学

电 话：总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编：510630

网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版：广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷：佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本：787mm × 960mm 1/16

印 张：9.5

字 数：130 千

版 次：2013 年 2 月第 1 版

印 次：2013 年 2 月第 1 次

定 价：22.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社总编室联系调换)

自序

在旅游发展的实践中，人们站在旅游者的角度，思考的往往是旅游的“吃、住、行、游、购、娱”六要素，以满足旅游者在旅游过程中的物质和精神上的需求。本书试图站在政府主导旅游发展的层面，从适应更多旅游者的旅游需求出发，力求深度思考“吃、住、行、游、购、娱”六要素各自所构成的横向相关产业体系，并使它们纵向联系起来，拉长产业链，形成相关产业体系。

广而论之，在传统旅游“六要素”（称小旅游）的基础上，进而演化为“六化”的“大旅游”业态，即社会资源旅游化，充分利用社会经济发展的各种资源，为旅游发展服务；旅游资源无限化，用“大旅游”的理念看待资源，扩大旅游资源的范围，扩展“大旅游”吸引物；旅游资源产品化，开发利用各种旅游资源，使之成为对旅游者有吸引力、对社会发展有影响力的各种旅游产品；旅游产品形象化，从塑造旅游目的地整体形象和旅游产品形象的高度出发，开发形象鲜明、生动的旅游产品并提升品牌影响力；旅游形象市场化，广泛利用一切宣传营销手段，使目的地形象和旅游产品形象符合旅游市场的需求；旅游市场营销信息化，在旅游市场营销过程中，运用现代化的传播手段，为旅游者提供全面、准确、及时的信息，为旅游者作出出行决定和顺利出行提供服务。

总之，一切从满足广大旅游者的需求出发，只要是旅游者需要的，旅游部门就义不容辞地组织供给、解说和推广；一切从营造旅游目的地的良

大旅游

增城旅游发展的实践与思考

好氛围出发，大力整合社会资源，整合社会产品，推动相关行业融合发展，满足不同层次、不同需求的旅游者的多方需求。旅游的宣传推介也从推介一个旅游景区、酒店、旅行社延伸到推介一个目的地城市。久而久之，旅游业拉动内需、促进增长、“一业旺百业”的效应便会渐进凸显，逐步成为地方国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。这就是作者自己所理解的“大旅游”概念。

当今世界，特别是在发达国家，旅游已成为一种潮流，或者说是一种时尚的生活方式。在我国，随着小康社会的建成，大众旅游及休闲度假的时代将会到来。其实，这种旅游景象在改革开放先富起来的珠江三角洲和长江三角洲地区，已初见端倪。特别是近年来，每逢黄金周或周末假日，出境组团游及短途自驾游都十分火热。因此，必须负责任地大力开发旅游资源，推广旅游产品，以更广阔的视野和思路，推动大旅游发展，以不断满足人们旅游休闲的新需求。

从世界产业发展来看，旅游产业是当今最具影响力的朝阳产业，是最大的绿色产业，是一个巨大的终端消费产业，也是一个最大的综合性产业。正因为它涉及上百个上下游相关产业，所以发展大旅游也就成了“一把手工程”。当前，如何通过发展旅游业带动相关产业转型升级，拉动内需，刺激消费，促进增长；如何把旅游业作为幸福导向性产业抓实抓好，实现人们对生活的美好愿景，这是时代的追问与召唤——必须发展“大旅游”。

近年来，增城市在建设生态旅游城市的旅游发展实践中，对发展“大旅游”进行了一些有益的探索。本人有幸作为增城旅游发展的参与者，在工作实践中有一些粗浅的体会，愿意与各位旅游业同仁分享。这正是本书成书的缘由。

史寿山

2012年12月

目 录

自 序	1
第一章 变生态示范区为生态旅游示范区	1
科学规划，确立地位，把旅游业作为特色支柱产业来抓	2
高度重视，因地制宜，千方百计破解旅游业发展的难题	4
政府主导，统筹城乡，为旅游业持续发展提供机制和政策保障	8
惠民富民，务求实效，积极探索旅游业发展的新路子	9
第二章 变平凡生态资源为神奇绿道旅游资源	13
增城绿道旅游的实践探索	14
对发展绿道旅游实践的思考	18
解读分析：神来之笔——增城绿道	21
第三章 变生态公路为生态旅游公路	33
自驾车旅游发展具有得天独厚的优势	34

大旅游

增城旅游发展的实践与思考

建立和完善自驾车旅游服务体系	36
增白旅游公路案例简介	41
第四章 变生态村为生态旅游村	44
增城市农家乐旅游发展方兴未艾	45
农家乐发展的初步格局	51
发展农家乐收到的主要成效	55
发展农家乐存在的问题及建议	58
第五章 变土特食材为旅游购物美食	62
旅游购物初成体系	62
美食旅游前景广阔	65
增城美食挨个数	70
第六章 变传统节庆为旅游文娱活动	75
增城旅游文化节庆活动简介	76
增城举办世界旅游节晚会的体会	78
第七章 创建国家生态旅游示范区初探	86
国家生态旅游示范区的相关概念	86
创建国家生态旅游示范区的积极意义	88
创建国家生态旅游示范区的可行性分析	90
创建国家生态旅游示范区的工作举措	92
创建国家生态旅游示范区的几点思考	97

第八章 旅游综合改革的实践与探索	100
解放思想, 更新观念	100
重点突破, 典型示范	102
整合资源, 产业升级	106
第九章 探索旅游产业发展的新路径	109
发展条件——三个优势	109
发展规划——三结合	110
发展环境——三项革命	111
发展政策——三机制	112
发展载体——三造	113
发展产业——三转型	114
发展水平——三抓手	115
发展品牌——三创建	116
发展目的——三问	117
今后工作设想	117
第十章 他山之石——昆山旅游调研	119
周庄旅游发展有感	119
关于《四季周庄》的调研与思考	126
关于昆山星期九休闲生态农庄的调查与思考	131
附 录 增城旅游之最初探	136
参考文献	144
后 记	145

第一章 变生态示范区为生态旅游示范区

到过增城的人们常说，增城最大的资源是生态，增城的品牌是“生态、休闲、智慧、幸福”。增城历史上就是北回归线上的农业大县。这里有青山绿水、蓝天白云，生态环境好，农业、林业、水利的基础好。这里有江河湖泊、湿地丘陵，而且池塘林竹、稻田果树、古木文物众多，一派田园风光。2008年，全市行政区域总面积为1 616平方公里，森林覆盖率为55.38%。其中，北部1千平方公里规划建设为生态旅游示范区，占全市总面积的61.19%。当年，增城成为中共中央政治局常委学习和实践科学发展观的联系点。增城主动把握科学发展的机遇，规划建设三大主体功能区，在保护良好自然生态和发展都市农业的基础上，限制工业开发并关闭破坏环境的一切污染企业，同时把发展生态旅游作为支柱产业来抓，全力整合优质旅游资源，高起点规划和建设景区景点，以旅游业推动统筹城乡科学发展，以发展生态旅游探索实现“绿色崛起”的新路径。增城的一个主要做法是：变生态示范区为生态旅游示范区。

科学规划，确立地位，把旅游业作为特色支柱产业来抓

增城牢固树立“以人为本，政府主导，统筹城乡，营造环境，发展产业，促进创业，解决就业，富民强市”的理念，在推进旅游业作为特色支柱产业的工作中，具体做法有以下三点：

1. 在推进主体功能区规划建设中，确立旅游业的重要地位

增城主体功能区的规划要求是：南部定位为重点开发的新型工业区，中部定位为优化开发的文化生活区，北部定位为限制工业开发的生态产业区（即都市农业和生态旅游区），创建国际化的南国乡村生态大公园。与此同时，增城旅游业结合特色产业发展的实际，把南、中、北划为生态工商旅游、生态文化旅游、生态休闲度假旅游三个旅游圈。特别是在北部 1 千平方公里区域发展生态休闲度假旅游产业，限制工业发展。在此基础上，2012 年增城实施“一核三区”发展规划，探索走新型城市化道路，在新城市中心规划建设具有国际水准的 8 平方公里水面的挂绿湖（其中包括千亩甘泉花园、二百亩荔枝博览园、百亩挂绿荔枝园和世界最高喷泉），使其成为增城建设广州城市副中心及建设“水城、花城、绿城”的示范区，打造增城新地标。在生态旅游业发展目标定位上，增城瞄准珠三角城市群第一客源地，主打中高端旅游项目，同时兼顾大众游客，与周边地区的旅游产业形成错位发展。在保护好北部青山绿水的前提下，注重发挥优势、转化劣势、借助强势，变砍树为看树，变山区为旅游区，变输血扶贫为造血扶贫，以发展生态旅游的扶贫方式促进北部体育运动休闲、会议度假休闲、旅游地休闲等项目发展。增城将北部的生态农业、林业、水利、公路、交通、环保及新农村建设等基础设施纳入全市城乡统筹建设

中，基本建立起与生态旅游发展相适应的旅游基础设施体系和生态旅游产品体系，形成种类多样、特色突出、功能齐全、规范发展的生态旅游发展新格局。北部生态资源优势正在加速转变为优势资源，并转化为现实生产力，由沉重包袱变为绿色财富，逐步实现“绿色崛起”。

2. 在实施公园化战略的进程中，营造旅游业发展大环境

增城树立“保护也是发展，发展促进保护”和“生态优先，宜居为重”的理念，用公园化的理念和文明特征来统筹城乡建设。全面优化生态环境，让增城处处像公园。变“重物轻人”为“见物见人”，变“在城市里建公园”为“在公园里建城乡”，努力实现家园变公园、田园变公园、果园变公园、校园变公园和工业园变公园，推动工业文明与生态文明和谐发展。围绕建设“公园里的宜居城乡”，增城大力推进“青山绿地”工程，深入实施城乡环境“清洁美”工程，建立城乡环境卫生长效管理机制，实行问责制，着重在优化镇区和农村生活环境上下工夫，将水环境治理与水资源保护、水景观建设结合起来，并完善垃圾分类和“户集、村收、镇运、市处理”制度，逐步建立城乡环境管理规范化、常态化机制，让增城水更清、地更洁、环境更优美。可以这么说，行走在增城公路上你看不到垃圾，看到的却是处处像公园。2012年，增城进一步提出建设“生态水城、四季花城、田园绿城”的理念，建设广州市城市副中心，建设美丽乡村。

3. 在整合旅游资源中，突出“面、线、点”的旅游业发展格局

增城发展旅游很“大气”，不仅仅是着眼于传统的打造个体景点，而是更加注重统筹规划整个行政区域，把生态示范区打造为生态旅游示范区。其具体做法是坚持“面、线、点”结合。

“面”，就是把整个增城打造成国际化的南国乡村生态大公园、珠三角

大旅游

增城旅游发展的实践与思考

生态优质生活圈、广州的“水城、花城、绿城”示范区。

“线”，就是由南至北，打造新塘凤凰城至白水寨（简称新白大道）、鹤之洲至湖心岛〔简称增（城）正（果）大道〕和由东至西的广汕公路增城路段〔简称增（江）中（新）大道〕旅游景观大道。同时，沿线配置自行车旅游绿道，以“藤结瓜”的方式变沿线村庄为旅游驿站，并依托核心景区规划了一批生态旅游村，规范发展农家乐、农家旅馆及农特产购物场所，铺就农民旅游致富路。

“点”，就是重点打造增城挂绿湖、增江画廊景区、白水寨旅游度假区、湖心岛景区（正果寺）、何仙姑景区、小楼人家景区、莲塘春色景区、南香山景区等核心景区景点。全市初步形成了“一湖（挂绿湖）、一江（增江画廊）、三条旅游景观大道、南中北三个旅游圈、八个核心景区”的旅游发展新格局。

高度重视，因地制宜，千方百计破解旅游业发展的难题

增城虽说没有极具震撼力的名山大川资源，但拥有非常好的生态和休闲资源，距离大城市近，交通发达，其区位优势、资源优势、市场优势比较突出。增城以科学发展观为指导，把发展生态旅游业作为推动农民增收致富的重要依托和新的经济增长点来抓，高度重视，因地制宜，把握规律，千方百计破解“不会干”、“没钱干”等种种难题。具体做法是“五个并举”：

1. 发现和挖掘并举

增城有悠久的历史历史文化、知名的荔枝文化、浓郁的神仙文化，有较好的都市农业基础，自然生态优势突出。增城人坚信，没有不美的山水

和历史名人，关键是要有发现美的眼光。增城派潭镇历史上就有大瀑布，后来兴修水利，瀑布便消失了。2005年，市领导去检查林业的时候发现了大瀑布痕迹，于是变发电为发展旅游，很快又恢复了白水寨瀑布固有的雄姿；2006年，市领导在正果镇抗洪救灾，湖心岛的旅游开发又引起了高度重视，而独特的百年榄园竹海资源，更增添了湖心岛的姿色；在建设增江水利枢纽休闲公园项目时，发现了增江画廊水利风景区；在制作增城广场雕塑时发现并挖掘了增城的两位广东历史文化名人——南粤先贤崔与之和湛若水；在打造广州城市副中心，建设“水城、花城、绿城”的过程中，增城的决策者们又发掘了挂绿湖湿地公园、南香山等珍贵的旅游资源。就这样，增城不断发掘、整合生态资源，精心打造高端且具有自然特色的景区，使之成为今天一个个具有代表性的魅力景区。

2. 策划和规划并举

增城抓旅游，着眼于变平凡资源为休闲旅游景点，规划先行，机制创新，重点是在项目的策划和规划上努力寻求亮点，打造优质高端景区。大丰门旅游景区是在该市大封门林场的基础上，利用高山森林峡谷中的“潭、泉、瀑”等自然资源，经过深入策划和规划打造出来的“华南第一漂”旅游景区；增城的三条旅游景观大道，由水泥路升级为水泥沥青路，对道路两边绿化带实施“绿上添花”工程，沿线安装路灯，建设绿道，并把诸多散落在路两边的景点、新农村、绿色超市等串起来，建设了一批生态公园等节点，初步形成了“吃、住、行、游、购、娱”的旅游产业链；增城挂绿湖是在原荔湖的基础上，融入增城挂绿荔枝等独特的元素，通过高端策划和规划，才成就了今天广州最大的美丽的人工湖；发扬橄榄体育文化，建设国家级橄榄球体育示范基地，打造新的体育旅游名片等等。增城就是按照这种策划和规划的思路，年复一年，扎实推进，逐步把生态乡

大旅游

增城旅游发展的实践与思考

村、古村落变为生态旅游村，把北部山区变为生态旅游示范区，把都市农业区变为旅游观光区，把农特产变为生态旅游产品，把旅游业做成大产业、大品牌。

3. 保护和利用并举

增城牢固树立“保护也是发展，发展促进保护”的理念，既要“金山银山”又要“绿水青山”，一手抓经济发展，一手抓生态文明。北部生态旅游示范区重在保护生态，科学利用生态，坚决不发展工业。不发展工业不是不发展产业，而是从增城世代可持续发展的目标出发，从根本上实现第一产业向第三产业、传统农业向现代服务业的转型升级，探索生态文明、物质文明、精神文明的和谐发展新路。增城的决策者舍得花钱做规划，重点发展旅游休闲产业，包括体育运动休闲、会议度假休闲、旅游观光休闲等新型产业。增城在发展中，着力抓好“三边”（路边、山边和水边）环境整治，严格落实“四原”（原生态、原产权、原居民、原民俗）保护，全市关闭水泥厂、采沙场、采石场、洗漂染厂、砖瓦厂等污染企业500余家，关闭“散、小、乱”养猪场2千余家，整治河涌，建设市镇村污水处理厂，保护水源，进行绿化、美化、净化、艺术化，构建珠三角的“大氧吧”，为发展可持续的生态旅游产业创造良好环境。

4. 包装和推介并举

增城人知道，再好的旅游资源、产品和品牌，如果不注重宣传，无人知晓，就不能转化为生产力。他们高度重视旅游包装和推介，全市从市委书记、市长到其他市领导，从各镇街、各部门主要领导到普通干部乃至广大市民，都带头推介生态旅游，人人都是导游解说员。全市开辟了生态旅游风光电视频道，24小时滚动播放；制作多部新增城生态旅游宣传专题片；开通旅游官方网站和微博，政府网站设立旅游专题；民间群众自发开

设众多博客和微博，以美图美文推介增城旅游；印制多种旅游指南；参加国内外各类旅游展览（博览会），举办龙舟节、荔枝文化旅游节、登山旅游节、广场音乐节、牛仔服装节、菜心美食节、仙姑文化节（何仙姑庙会）等各种旅游文化节庆活动；面向珠三角客源市场，有针对性地进行旅游包装和推介活动；在各类报纸杂志发上百个版面进行旅游推介活动，该市还开通了广州至增城小楼人家、湖心岛景区的“乡村游”直通车。日前，白水寨成为广州乃至广东一张亮丽的山水旅游名片，增城旅游在农业和工业产业基础上，给人“突然冒出来了”的感觉。增城旅游在省内已经小有名气。

5. 实干和巧干并举

抓旅游，靠空喊不行，必须真抓实干。近年来，增城每年都推出1~2个新的景区景点，先后推出了白水仙瀑、大丰门、湖心岛、小楼人家、鹤之洲、增江画廊、增城绿道、增城挂绿湖等一批景区景点项目；建设了凤凰城、金叶子、锦绣香江、高滩温泉、巴登巴登（金瑞峰）等一批高端山水和温泉度假酒店项目；建设了大丰门、蕉石岭、南香山、太寺坑等一批森林公园；建设了增城公园、荔枝文化公园、荔韵公园、新塘公园、基岗村百果园、月亮湾等30多个生态公园；丰富了增城广场、挂绿广场、体育广场等一批休闲旅游、雕塑文化等配套设施；建设了小楼人家汇康阁美食新天地、盆菜人家、又一村客栈、正果聚龙庄乡村度假村、畚寨客栈、派潭仙寨阁等一批农家乐旅游示范点。增城搞旅游，没钱建设怎么办？他们就创新旅游投资理念，坚信花小钱办大事，没钱也能干成事。在做好规划、配套基础设施的前提下，重点招商引资，使政府公共基础设施投资起到“四两拨千斤”的作用。近年来，增城市通过招商引资、竞争性融资、企业捐助、个人捐赠、BOT方式、购买命名权和广告权、资源置换等多种

大旅游

增城旅游发展的实践与思考

资金筹措方式，吸引了数十亿各类资金投入旅游景区景点的规划建设。增城广场原本是一片 600 亩的放牛荒地，经过政府运作，由碧桂园有限公司无偿捐建，现已成为全国特色文化广场、最佳城市休闲广场；60 亩的挂绿广场是通过“商场换广场”、“广场旺商场”的思路和方式，由企业投资建成的；小楼人家景区原本是观光农业示范区，通过整合资源，增加旅游要素，完善基础设施，现已是广州地区首个农家乐旅游示范点和广东省农业旅游示范基地。

政府主导，统筹城乡，为旅游业持续发展提供机制和政策保障

增城坚持政府主导发展旅游产业，以统筹城乡的思路，建立长效机制，营造旅游业发展的政策环境。主要是创新“四个机制”：

1. 创新生态旅游产业区发展机制

组建增城市生态旅游示范区管委会、白水寨风景名胜区管委会以及管理处，加强了生态旅游工作的协调和指导；市政府每年制订生态旅游重点项目建设计划，筹措专项资金，加快项目建设；设立国际旅游度假城管委会和专项开发资金，高起点做好规划编制，配备专人，集中精力抓发展。

2. 创新实施生态补偿和财政转移支付机制

增城市政府每年从南部镇的超收分成中，拿出 10% 转移给北部镇，支持基础设施建设，优化旅游环境；设立北部山区镇专项发展资金，支持基础设施建设；设立全市旅游发展资金、农家乐竞争性扶持资金，市政府千方百计保证筹措旅游节庆宣传和旅游参展推广资金，提供旅游资金保障。

3. 创新绩效评估和分类考核机制

增城市委、市政府在全市党政部门、镇街考核的 1 000 分考核方案中，

拿出 10 分，作为对全市旅游产业的考核分值；对北部镇重点考核旅游和农业效益指标，帮助干部树立“保护也是发展，发展促进保护”的政绩观；建立组织保障机制和人才输送机制，为处于生态旅游示范区范围内的派潭、正果、小楼等镇配备学旅游、学农业的干部，充实干部队伍。

4. 创新农家乐竞争性资金扶持机制

增城按照时任省委书记汪洋关于发展“度假式的乡村旅游”的指示精神，大力促进中高端农家乐、农庄旅游的发展，出台了《增城市农户开办农家乐竞争性扶持资金管理办法》，鼓励和引导当地农民在规划范围内开办农家乐，提高农民的非农现金收入。2009、2010 年度在预算内安排 200 万元资金，设立农家乐竞争性扶持资金，对一、二、三、四、五星级的近百家农家乐项目，分别给予 3、5、8、10、15 万元的竞争性资金扶持，调动了广大山区农民自办农家乐的积极性。市政府还给农村自主创业的青年提供贴息贷款，目前已有农家乐餐饮等数十个创业项目获得了政府的贴息贷款，激发了广大农村青年参与乡村旅游开发的积极性。

惠民富民，务求实效，积极探索旅游业发展的新路子

2008 年以来，增城通过发展生态旅游，探索以乡村生态旅游为特色带动现代服务业发展，推动生态旅游与都市农业相融合，增加农民增收致富的新路径。广州市有 6 个扶贫乡镇，增城北部就占了 3 个（小楼、派潭、正果）。多年来，增城采取了许多措施扶持北部山区农民的发展，但回顾总结起来，最好的办法之一就是搞乡村生态休闲度假旅游。通过延长旅游产业链，调整客源结构，做强做大旅游产业，最直接的效益就是让广大农民增收致富，提高农民的人均纯收入水平。主要体现在以下四个方面：