

阳江市滨海旅游发展规划 (2015—2025 年)

说明书

阳江市旅游和外事侨务局

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司

2015. 11

目 录

前言	1
第一章 规划总论	3
一、规划范围	3
二、规划期限	3
三、规划要求	4
四、规划依据	4
五、规划原则	6
六、规划成果	7
第二章 背景分析	8
一、宏观背景	8
二、滨海旅游产业背景	18
三、规划衔接	23
第三章 基础分析	26
一、自然环境条件	26
二、区位条件	27
三、产业条件	29
四、基础设施条件	34
五、服务设施条件	35
六、旅游开发现状	37
七、发展瓶颈	45
第四章 旅游资源分析	50
一、重点滨海旅游资源	50
二、滨海旅游资源分类和统计	56
三、旅游资源分类评价	64

四、阳江全市旅游资源概况	69
五、旅游资源概述	69
六、小结	71
第五章 市场分析和定位	72
一、市场分析	72
二、市场大数据分析	75
三、市场定位	77
四、细分市场	83
五、市场预测	85
第六章 案例分析	87
一、新加坡	87
二、台湾宜兰	88
三、墨西哥坎昆	89
四、夏威夷群岛	90
五、案例启示	91
第七章 发展定位	92
一、指导思想	92
二、总体定位	92
三、主题定位	92
四、发展目标	93
五、发展模式	94
六、发展战略	96
第八章 空间布局与分区规划	98
一、发展理念	98
二、空间布局	98
三、分区规划	100

第九章 产品规划	122
一、指导思想	122
二、产品体系	123
第十章 产业发展规划.....	133
一、总体思路	133
二、抓龙头	133
三、铸链条	134
四、建集群	143
五、兴产业	144
第十一章 交通规划.....	154
一、总体思路	154
二、交通规划现状	154
三、存在问题	155
四、规划内容	156
五、游线组织	161
第十二章 旅游公共服务发展规划.....	166
一、总体思路	166
二、标准规范	166
三、服务系统	167
四、配套设施	168
第十三章 营销推广.....	173
一、营销目的和思路	173
二、营销时序	173
三、营销策略	174
四、节事策划	178
五、VI 设计	181

第十四章 旅游与生态环境协调发展	184
一、“准入制”的制定	184
二、旅游资源与环境保护策略.....	185
三、滨海资源保护措施	186
四、自然生态环境保护策略	190
五、文化保护策略	192
六、社区保护策略	193
七、海洋生态旅游环境管理	193
八、强化资源生态保护	195
第十五章 保障措施	197
一、社区参与模式	197
二、创新理念	197
三、保障政策建议	198
四、组织与人才保障	200
五、资金筹措	202
第十六章 行动计划	204
一、建设计划	204
二、营销计划	214
三、市政建设	216
四、区域合作	216
第十七章 专题研究	222
专题一：阳江滨海旅游国际影响力.....	222
专题二：阳江海岛旅游开发专题研究.....	234
专题三：阳江发展海洋生态旅游开发专题研究.....	245

附件：《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025）》社会稳定风险评估报告

前言

在当前我国经济发展新常态下，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加凸显。一是党的十八届三中全会作出了全面深化改革若干重大问题的决定，明确提出要使市场在资源配置中起决定性作用。二是《旅游法》正式颁布实施，对旅游者、旅游规划和促进、旅游经营、旅游安全、旅游监督管理等方面都明确了法律规范。三是旅游业正在成为新常态下新的增长点。未来 35 年，我国将由大到强、由快到好，实现从初步小康型旅游大国到全面小康型旅游大国，再到初步富裕型旅游强国的新跨越。

21 世纪是海洋世纪，党的十八大提出海洋强国战略之后，习近平总书记在 2013 年 10 月访问时提出要建设 21 世纪海上丝绸之路。21 世纪海上丝绸之路与丝绸之路经济带“一带一路”成为当前我国全面深化改革、拓展经济发展空间、构建和平稳定周边环境、部署全方位外交新格局的核心战略。广东是古代海上丝绸之路的重要起点，凭海而立、因海而兴，广东省将 21 世纪海上丝绸之路建设纳入全省构建全方位开放格局、提升国际竞争力的重要战略，争当 21 世纪海上丝绸之路建设排头兵，借助共建 21 世纪海上丝绸之路，提升海洋文化竞争力、增强区域综合竞争力、推动广东海洋经济发展、扩大海洋领域合作交流，着力深化泛珠三角合作、与东盟的合作、与欧洲和非洲的合作，把广东打造成海洋强省、外贸强省、文化强省。

从宋朝开始，阳江已是海上丝绸之路重要的中转港、补给港。建设 21 世纪海上丝绸之路，为阳江扩大对外开放、加快蓝色崛起提供了难得的历史机遇和重要平台。区位上看，阳江是珠三角经济圈和北部湾经济圈之间的战略节点。《广东省滨海旅游发展规划（2011-2020）》指出，阳江位处粤西滨海旅游板块，“海陵岛一月亮湾”是广东八大滨海旅游组团之一，在广东省滨海旅游发展格局中占据重要位置。

为贯彻落实国家和省委、省政府关于大力推动滨海旅游发展的战略部署，促进阳江滨海旅游业健康有序、可持续发展，科学、合理、适度、有序地安排布局建设项目和设施，指导阳江市滨海地区的合理有序开发，根据有关法律法规、技术规范和有关

规划编制本轮规划。

第一章 规划总论

一、规划范围

规划范围为阳江市海陵岛经济开发试验区、阳东区、阳西县、江城区、高新区的滨海地区。陆域面积为 3910.77 平方公里，海域面积约 1.23 万平方公里，包括海岸线至 20 米等深线的滨海范围，展望到领海基线的内水部分。海（岛）岸线总长 458.6 公里，其中大陆海岸线 323.5 公里，岛岸线长 135.1 公里，主要岛屿有 40 个。



图 1-1 规划范围图

二、规划期限

本规划年限为 11 年，即 2015 年-2025 年，划分为三个规划阶段，即：

近期（3年）：2015—2017年；

中期（3年）：2018—2020年；

远期（5年）：2021—2025年。

三、规划要求

规划编制严格遵守国家有关法规和《旅游规划通则》的要求，在省、市旅游发展规划的指导下，以滨海旅游为主线，着眼于推动阳江市国际化滨海旅游发展规划建设；对发展目标、产业协调、产业体系、旅游产品、重点项目、市场营销、区域合作、消费引导、监管机制、环境保护、保障体系等方面进行精心规划，创新滨海旅游发展方式，增强旅游产业发展实力，促进滨海旅游的协调发展与可持续发展。

四、规划依据

（一）国际相关规章

《联合国人类环境宣言》（1972）；

《保护世界文化和自然遗产公约》（1972）；

《世界自然宪章》（1982）；

《旅游持续发展行动战略》（1990）；

《可持续旅游发展宪章》（1995）；

《可持续旅游发展行动计划》（1995）。

（二）国家法律法规

《中华人民共和国旅游法》（国务院）（2013）；

《中华人民共和国文物保护法》（国务院）（2013）；

《中华人民共和国森林法》（国务院）（2013）；

《中华人民共和国环境保护法》（国务院）（2014）；

《中华人民共和国自然保护区条例》（国务院）（1994）；

《中华人民共和国海洋环境保护法》（国务院）（2013）；

《中华人民共和国土地管理法》（国务院）（2004）；
《中华人民共和国海岛保护法》（国务院）（2009）；
《中华人民共和国水污染防治法》（2008 年修订）；
《中华人民共和国城乡规划法》（2008 年）；
《中华人民共和国海域使用管理法》（2002 年）；
《世界文化遗产保护管理办法》（文物局）（2006）。

（三）国家标准规范

《旅游规划通则》（GB/T18971-2003）；
《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2003）；
《国家旅游度假区评定标准》；
《休闲度假区规划标准》；
《风景名胜区规划规范》（GB50298-1999）；
《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/T17775-1999）；
《旅游涉外饭店星级的划分及评定》GB/T14308-1997；
《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）。

（四）相关规划文件

《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发[2009]41 号）；
《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发[2014]10 号）；
《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发[2014]31 号）；
《广东省海洋功能区划（2011-2020 年）》；
《广东海洋经济综合试验区发展规划（2011-2020 年）》；
《广东省滨海旅游发展规划（2011-2020 年）》；
《阳江市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》；
《阳江市环境保护和生态建设“十二五”规划》；
《阳江市海洋经济发展“十二五”规划》；
《阳江市中心城区（江城）总体规划》；

《阳江市旅游业发展总体规划（2007—2020年）》；
《阳西县旅游开发总体规划（2011—2020年）》；
《阳东区旅游开发总体规划（2011—2020年）》；
《阳江海陵岛旅游发展总体规划（2011—2020年）》；
《阳江滨海新区发展总体规划（2013—2030年）》；
《阳江滨海新区产业发展规划（2013—2030年）》；
《阳东区东平旅游强镇发展规划（2011—2020年）》；
《阳江市土地利用总体规划（2006—2020年）》；
《阳江高新区总体规划（2008—2020年）》；
《阳江高新技术产业开发区旅游发展总体规划（2013—2025年）》；
《阳江港总体规划》；
《中共阳江市委、阳江市人民政府关于加快海洋经济强市建设的实施意见》（阳发〔2012〕9号）；
《阳江滨海新区核心区规划提升》；
《阳江海陵岛总体提升方案初步方案》。

五、规划原则

（一）政府主导，市场运作

充分发挥政府在制订规划、完善政策、市场准入、加强监管、整合资源、优化环境、宣传促销、培养人才和培育市场主体等方面的主导作用，积极发挥市场在资源配置中的基础性作用，鼓励社会广泛参与，引导资金多元化投入，不断推进旅游产业化、经营市场化和管理社会化。

（二）突出重点，有序发展

在整体旅游发展中，强调功能、配套、交通、建设时序、空间环境等方面的高效统一，进行产业要素相关功能的整合与布局，在规划中既体现重点，也兼顾均衡发展，以重点项目为突破口，进一步带动阳江市滨海旅游资源的开发，实现阳江市滨海旅游

业又好又快的整体协调、有序发展。

（三）产业融合，区域合作

以市场化行为、产业化手段，对接融合海洋经济先行试验区的发展，以区域旅游发展促进协同合作，依托阳江市区位优势，深化合作，在共赢中谋求阳江滨海旅游的强势崛起。

（四）市场导向，特色发展

立足国际视野，适应国内外旅游消费市场的新变化，以高端市场为引领、大众市场为基础、特色市场为补充，大力发展具有滨海特色的差异性、体验丰富、文化多元的旅游产品体系，引领国民旅游休闲度假新生活方式。

（五）开发与保护并重，可持续发展

坚持统一规划、合理布局、突出特色、有序开发、科学管理、永续利用，做到旅游资源开发、保护并重，社会效益、经济效益、环境效益相统一，并遵从循环经济和蓝色经济的新理念，保持旅游特色经济快速协调健康可持续发展。

（六）遵循上位规划，与相关规划协调

本规划遵循阳江市城市规划、土地利用总体规划、环境保护规划的相关要求，对于城市空间格局、土地利用、环境保护等方面，遵循城市规划、土地规划、环保规划的规定性要求。

本规划将与阳江市交通、海洋等相关规划相协调。

六、规划成果

《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025年）》说明书

《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025年）》文本

《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025年）》图件

第二章 背景分析

一、宏观背景

随着中国经济进入新常态，国家大力实施“一带一路”战略，形成全方位开放新格局，实现从引进来到引进来走出去并重的重大政策的转变。作为世界上跨度最长的经济大走廊，“一带一路”发端于中国，贯通中亚、东南亚、南亚、西亚乃至欧洲部分区域，东牵亚太经济圈，西系欧洲经济圈，将以亚洲国家为重点方向，以经济走廊为依托，以交通基础设施为突破，以建设融资平台为抓手，沿线有 44 亿人口、26 个国家地区、21 万亿美元的经济规模，战略顺应了中国经济转型升级的需要。

中国旅游业围绕文明、有序、安全、便利、富民强国的目标，坚定深化旅游改革开放，主动转变旅游发展方式，自觉推动依法治旅兴旅，推动旅游业提质增效升级，发挥旅游作为稳增长重要引擎、调结构重要突破口、惠民生重要抓手、对外交往重要桥梁的作用。

广东是古代海上丝绸之路重要发祥地和改革开放先行地，广东省积极推进 21 世纪海上丝绸之路建设，加快从“海洋大省”向“海洋强省”迈进。2011 年 7 月，国务院正式批准实施《广东海洋经济综合试验区发展规划（2011-2020 年）》，为广东建设“海洋强省”带来了新的契机。此后，广东省海洋经济持续快速发展，“蓝色经济”已成为广东省经济可持续发展的新增长点。为此，广东沿海各市踌躇满志，纷纷描绘出以蓝色经济引领未来发展的蓝图。海岸线总长 458.6 公里、海域面积达 1.23 万平方公里、海洋经济生产总值超 300 亿元的阳江市，当仁不让要做新一轮发展的排头兵，这其中滨海旅游率先在全市吹响了冲锋号。

（一）国家层面

1. 党和国家以“四个全面”全新战略布局治国理政

四个全面，即全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党，“四个全面”的提出，更完整地展现出新一届中央领导集体治国理政总体框架，使当前和今后一个时期，党和国家各项工作关键环节、重点领域、主攻方向更加清晰，

内在逻辑更加严密，这对推动改革开放和社会主义现代化建设迈上新台阶提供了强力保障。

全面建成小康社会：是中国共产党第十八次全国代表大会提出的重大战略任务。党的十八大报告提出，确保到 2020 年实现全面建成小康社会宏伟目标的时间表，以及经济持续健康发展，人民民主不断扩大，文化软实力显著增强，人民生活水平全面提高，资源节约型、环境友好型社会建设取得重大进展等具体内涵。

全面深化改革：中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，提出“全面深化改革的总目标是完善和发展中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和治理能力现代化”，并对经济体制改革、政治体制改革、文化体制改革、社会体制改革、生态文明体制改革和党的建设制度改革进行了全面部署。

全面推进依法治国：中国共产党第十八届中央委员会第四次全体会议通过了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》。这是党的中央全会第一次专门研究法治建设。《决定》提出“全面推进依法治国，总目标是建设中国特色社会主义法治体系，建设社会主义法治国家”。全会同时对全面推进依法治国的原则、任务、布局进行了全面部署。

全面从严治党：习近平总书记在 2014 年 10 月 8 日党的群众路线教育实践活动总结大会中提出要巩固和拓展教育实践活动成果、加强党的作风建设和全面推进从严治党进行部署。

习近平总书记在论述四者之间的关系时指出：全面建成小康社会是我们的战略目标，全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党是三大战略举措。要把全面依法治国放在“四个全面”的战略布局中来把握，深刻认识全面依法治国同其他三个“全面”的关系，努力做到“四个全面”相辅相成、相互促进、相得益彰。

2. 北京 APEC 绘就亚太未来发展蓝图

2014 年 11 月 11 日，亚太经合组织（APEC）领导人非正式会议在北京落幕。会议通过《北京纲领：构建融合、创新、互联的亚太——亚太经合组织第二十二次领导人非正式会议宣言》和《共建面向未来的亚太伙伴关系——亚太经合组织成立 25 周年声明》两份成果文件，为亚太地区经济合作开辟了新航道。

《北京路线图》标志着 APEC 在正式提出推动 FTAAP 的 8 年后首次进入务实推动 FTAAP 阶段。路线图为 FTAAP 设立了规格和指标，界定了 APEC 和 FTAAP 的平行关系，APEC 将继续发挥作为 FTAAP 孵化器的作用，不会改变自身的非约束性、自愿合作的原则；提出了推动实现 FTAAP 的具体措施；制定了《联合战略研究大纲》，确定了研究范围、研究机制和时间表。APEC 北京峰会批准了亚太经合组织《互联互通蓝图》，确立了在 2025 年前实现加强软件、硬件和人员交流互联互通的远景目标，承诺按照蓝图的构想，加大投入，构建全方位、多层次的复合型亚太互联互通网络，为实现亚太发展繁荣，夯实互联互通的基础。会议决定拓展基础设施投融资领域务实合作，推广公私合作伙伴关系模式，帮助本地区破解互联互通资金瓶颈。会议还决定实施全球价值链、供应链等领域合作倡议，帮助各成员特别是发展中成员更好融入区域经济一体化进程。

同时中国宣布出资 400 亿美元成立丝路基金，为“一带一路”沿线国家基础设施、资源开发、产业合作和金融合作等与互联互通有关的项目提供投融资支持，可以推进区域基础设施、基础产业和基础市场的形成，促进贸易投资自由化和便利化，从而真正使亚太地区连通起来，为亚太长远发展夯实基础，使亚太能够在全球竞争中抢得先机，赢得主动。

另外，结合新经济时代创新发展的要求，将蓝色经济和互联网经济等新经济形态重点提出，为 APEC 海洋合作增添了蓝色经济新内容。《北京纲领》特别提出：“今年海洋领域合作取得新进展，我们备受鼓舞。我们欢迎第四届亚太经合组织海洋部长会议通过《厦门宣言》，并指示部长和官员们全力落实宣言。我们认可《厦门宣言》关于蓝色经济概念论述。我们欢迎《亚太经合组织海洋可持续发展报告》。我们鼓励海洋和渔业工作组与亚太经合组织其他机制合作推进蓝色经济合作。”

3. 新常态下旅游业成为新的经济增长点

改革开放三十余年来的高速增长后，我国经济发展进入高效率、低成本、可持续的中高速增长“新常态”。一是从速度层面看，经济增速换挡回落、从过去 10%左右的高速增长转为 7%—8%的中高速增长是新常态的最基本特征。二是从结构层面看，新常态下，经济结构发生全面、深刻的变化，不断优化升级。产业结构方面，第三产业逐步成为产业主体。需求结构方面，消费需求逐步成为需求主体。城乡区域结构方面，城乡区域差距将逐步缩小。收入分配结构方面，居民收入占比上升，更多分享改

革发展成果。三是从动力层面看，新常态下，中国经济将从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。四是从风险层面看，新常态下面临新的挑战，一些不确定性风险显性化。

经济发展新常态以提质增效为基本特征，调速不减势，量增质更优。实现速度、质量与效益全面协调，把存量调整与增量做优结合起来，发现和培育新增长点，将是新常态下实现经济社会发展的关键所在，旅游业成为新常态下新的增长点。

一是旅游业是资源消耗低、环境友好型、生态共享型的新增长点；二是旅游业是消费潜力大、消费层次多、持续能力强的新增长点；三是旅游业是兼具消费、投资、出口“三驾马车”功能的新增长点；四是旅游业是就业容量大、层次多样、类型丰富、方式灵活、前景广阔的新增长点；五是旅游业是带动全方位开放、推进国际化发展的新增长点；六是旅游业是增强国民幸福感、提升国民健康水平、促进社会和谐的新增长点；七是旅游业是优化区域布局、统筹城乡发展、促进新型城镇化的新增长点；八是旅游业是促进脱贫致富、实现共同小康的新增长点；九是旅游业是新的经济社会组织方式，是有助于提高全社会资源配置效率的新增长点。

4. 中国旅游业由初步小康型旅游大国向全面小康型旅游大国跨越

过去 35 年，我国旅游业从无到有、从小到大，实现了从短缺型旅游发展中国家向初步小康型旅游大国的历史性跨越。

——旅游已经从少数人的奢侈品，发展成为大众化、经常性消费的生活方式。国内旅游从 1984 年约 2 亿人次增长到 2014 年的 36 亿人次，增长了 17 倍。入境游客从 1978 年的 180.92 万人次增长到 2014 年 1.28 亿人次，增长了近 71 倍。

——旅游业已经从外事接待型的事业，发展成为全民广泛参与就业、创业的民生产业。

——旅游业已发展成为综合性的现代产业，旅游业对相关产业贡献大幅提升。

——旅游市场已从入境游为主，发展到入出境旅游并重，深度国际化大交流、旅游外交功能凸显的新阶段。改革开放之初，我国以接待入境旅游者为主，国内旅游仅有小规模出差和公务活动，更不存在有规模的出境旅游。经过 35 年的快速发展，我国形成了国内旅游、入境旅游、出境旅游三大市场三足鼎立的格局。

——旅游业发展由点到面、由局部到整体，形成了各地、各部门全面推进的大格局。几乎所有的省区市都将旅游业作为战略性支柱产业，85%以上的市地州盟、80%以

上的市县区将旅游业定位为支柱产业。

近些年来，国家不断出台政策，扶持旅游产业的发展。2009 年《国务院关于加快发展旅游业的意见》将旅游产业升级为国民经济战略支柱产业，旅游业进入购销两旺状态。2011 年《国民旅游休闲纲要》及 2013 年《旅游法》出台，法律保障国民真正拥有带薪休假的权利，并提升旅游出行的安全、舒适度，全国优质景区景点如雨后春笋般涌现，节假日游客人潮如织。2014 年 8 月国务院发布《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》，加快旅游业改革发展，并从带薪休假制度、基础设施建设、财政金融支持、土地利用政策、人才培养等五个方面提出了具体措施。2014 年 9 月 15 日，国务院批准建立国务院旅游工作部际联席会议制度。2014 年 10 月 29 日，李克强总理主持国务院常务会议提出促进旅游业改革发展的三大政策措施：一要以改革开放增强旅游业发展动力。二要优化旅游发展软硬环境。三要提升旅游产品品质和内涵。

未来 35 年，我国将由大到强、由快到好，实现从初步小康型旅游大国到全面小康型旅游大国，再到初步富裕型旅游强国的新跨越。

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，达到中等发达国家水平，我国旅游业在规模、质量、效益上都达到世界旅游大国水平。

到 2050 年，我国成为初步富裕型国家，实现从全面小康型旅游大国到初步富裕型旅游强国的新跨越，年人均出游达 10 次以上，我国旅游发展质量、水平、效益、综合竞争力、旅游文明程度等达到世界发达国家前列，全面实现旅游现代化、国际化、信息化和品质化。形成一批世界级旅游城市、世界级旅游企业、世界级旅游目的地，世界级旅游景区、世界级旅游院校、世界级旅游专家，形成一批世界旅游品牌。

（二）海洋层面

1. 国家实施海洋强国战略

21 世纪是海洋的世纪，十八大报告指出，我国应“提高海洋资源开发能力，发展海洋经济，保护海洋生态环境，坚决维护国家海洋权益，建设海洋强国”。

在经济全球化的背景下，海洋对世界政治经济秩序和国家安全与发展的影响越来越大，已经成为人类生存与发展空间拓展的主要领域。建设海洋强国，这是我们党根

据时代发展潮流和我国当前及今后一个时期发展的实际需求而作出的战略抉择。建设海洋强国是实现民族复兴的必然要求，也是实现“中国梦”的重要步骤和战略举措。

经济发展新常态下，海洋强国建设将更注重转变海洋经济发展方式、更加注重培育海洋新兴产业、更加注重保护海洋生态环境、更加注重创新驱动、更加注重维护国家海洋权益。一要把大力发展海洋经济作为促进经济持续健康发展的重要增长点，进一步提高海洋资源开发能力，着力推动海洋经济向质量效益型转变。二要把创新驱动作为海洋事业发展的强大动力，做好海洋科技创新总体规划，重点在深水、绿色、安全的海洋高技术领域取得突破，尤其要推进海洋经济转型过程中急需的核心技术和关键共性技术的研发；要加快推进海洋科技体制改革，充分激发科研人员的主观能动性，着力推动海洋科技向创新引领型转变。三要把海洋环境保护作为生态文明建设的重要平台，把海洋生态文明建设纳入海洋强国建设总体布局，加快海洋主体功能区规划编制，加强海洋资源节约集约利用、海洋生态环境保护和监管，严格控制围海造地，切实加强海洋滩涂保护，加大海岛保护利用监督管理力度，加快建立海陆统筹、河海兼顾的海洋生态保护制度，加强沿海自然灾害防御体系建设。四要把依法维护国家海洋权益作为全面推进依法治国的重要内容。

2. “21 世纪海上丝绸之路” 构建国家发展新格局

2013 年 10 月 3 日，习近平主席在印尼国会发表演讲时表示：中国愿同东盟国家加强海上合作，使用好中国政府设立的中国—东盟海上合作基金，发展好海洋合作伙伴关系，共同建设“21 世纪海上丝绸之路”。“21 世纪海上丝绸之路”上升为国家战略，与丝绸之路经济带成为国家对内全面深化改革发展、对外互联互通合作交流的核心战略。

2014 年 5 月 21 日，习近平在亚信峰会上做主旨发言时指出：中国将同各国一道，加快推进“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”建设，尽早启动亚洲基础设施投资银行，更加深入参与区域合作进程，推动亚洲发展和安全相互促进、相得益彰。

2014 年 11 月 8 日在加强互联互通伙伴关系对话会上，习近平指出共同建设丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路与互联互通相融相近、相辅相成。如果将“一带一路”比喻为亚洲腾飞的两只翅膀，那么互联互通就是两只翅膀的血脉经络。他在《联通引领发展伙伴聚焦合作》讲话中指出第一，以亚洲国家为重点方向，率先实现亚洲

互联互通。“一带一路”源于亚洲、依托亚洲、造福亚洲。中国愿通过互联互通为亚洲邻国提供更多公共产品，欢迎大家搭乘中国发展的列车。第二，以经济走廊为依托，建立亚洲互联互通的基本框架。“一带一路”兼顾各国需求，统筹陆海两大方向，涵盖面宽，包容性强，辐射作用大。第三，以交通基础设施为突破，实现亚洲互联互通的早期收获，优先部署中国同邻国的铁路、公路项目。第四，以建设融资平台为抓手，打破亚洲互联互通的瓶颈。中国将出资 400 亿美元成立丝路基金。丝路基金是开放的，欢迎亚洲域内外的投资者积极参与。第五，以人文交流为纽带，夯实亚洲互联互通的社会根基。未来 5 年，中国将为周边国家提供 2 万个互联互通领域培训名额。

“21 世纪海上丝绸之路”关乎中国的海洋战略，对中国同东盟、中日韩、澳新、南亚乃至全球其他地区的经济整合意义重大。以自贸区为代表的沿海地区开放升级将会同“21 世纪海上丝绸之路”规划更紧密结合。

广东是古代海上丝绸之路的重要起点，凭海而立、因海而兴，发达的海洋经济、开放的经济结构、丰富的海洋文化、活跃的海洋社会，是广东参与海上丝绸之路建设的有利条件，广东有基础、有条件在 21 世纪海上丝绸之路建设中先行先试。2013 年，广东与“海上丝绸之路”沿线国家的进出口贸易额达到 1174.3 亿美元，占全国 21.4%，累计向东盟投资 25.8 亿美元，占全国 9%，在广东出国游客中，有 56% 的目的地为东盟。

在未来发展中，广东充分利用好国家赋予的资源 and 政策，增创对外开放和改革发展的新优势，争取做海上丝路建设的排头兵。

阳江市是广东海上丝绸之路博物馆的所在地，是广东省对接海上丝绸之路建设重要的文化中心。

3. “海上丝绸之路”申遗，预纳入“一带一路”规划

“海上丝绸之路”是古代中国与外国交通贸易和文化交往的海上通道，该线路形成于秦汉时期，包括东海航线和南海航线，联接东亚、东南亚、南亚、西亚、东非及地中海沿岸各国，是迄今所知最为古老的海上航线。它是人类文明进程的重要里程碑，缩短了东西方距离并增进了贸易、技术和文化交流。

2012 年 11 月，北海、宁波、福州、漳州、蓬莱、广州、扬州、南京、泉州 9 个城市联合申报“海上丝绸之路”项目正式列入中国世界文化遗产预备名单。

2014 年 6 月 21 日，“南海丝绸之路文化遗产保护研讨会”在海南海口召开，来

自全国各地的 37 家科研院所、文物局、博物馆等联合发布了《南海丝绸之路文化遗产保护共同宣言》，提出国内“7 省 9 市”支持将“海上丝绸之路南海段”列入《中国世界文化遗产海上丝绸之路预备名单》中。宣言指出，推进南海丝绸之路文化遗产研究，有利于国际间深化战略互信，拓展睦邻友好，聚焦经济发展，扩大互利共赢。做好水下文化遗产保护工作，各省、区、市要突破行政区划的界限，并在考古发掘、信息互通、物探技术等方面开展互惠合作，实现资源共享。

根据国家海上丝绸之路申遗的日程，2015 年，我国将完成海上丝绸之路申遗的准备工作，2016 年开始申报。

国家大力推进丝绸之路经济带、21 世纪海上丝绸之路建设，随着丝绸之路申遗成功，海上丝绸之路申遗进入攻坚阶段。

阳江是“南海 I 号”出土地，广东海上丝绸之路博物馆所在地，是广东省“海上丝绸之路”文化精华集聚地，阳江应挖掘“海上丝绸之路”文化精华，争取进入海上丝绸之路申遗团队，整体提升阳江在 21 世纪海上丝绸之路建设过程中的战略地位。

（三）区域层面

1. 泛珠三角区域深化合作

2014 年 10 月 13 日，泛珠三角区域合作行政首长联席会议在广州召开，中共中央政治局委员、广东省委书记胡春华出席开幕式并致辞，提出要立足十年合作发展的坚实基础，推动建立更加紧密的联系，打造泛珠区域经济共同体，增强区域经济竞争力，努力使泛珠合作进入国家“十三五”规划，上升为国家战略。泛珠 9+2 的行政首长共同签署了《泛珠三角区域深化合作共同宣言(2015-2025 年)》。

泛珠三角区域包括福建、江西、湖南、广东、广西、海南、四川、贵州、云南九个省区和香港、澳门两个特别行政区（简称“9+2”）。

党的十八大作出深入实施区域发展总体战略的部署，十八届三中全会提出构建开放型经济新体制的要求，泛珠区域作为丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路、中国-东盟自由贸易区升级版建设的重点区域，面向未来深化泛珠合作符合国家的战略部署，意义重大。

在旅游方面，9+2 各方同意进一步加强区域旅游合作，共同策划和推广区域精品旅游线路，建立泛珠三角无障碍旅游区，打造区域旅游品牌。广东省作为泛珠区域的交流中心，拥有着区位、经济、观念、基础设施、旅游产业规模、资源组合等多种优势，不仅是旅游客流的输出输入地，更是连接其他省市和港澳的重要旅游过境地。因此，广东省应该利用自身的多种优势，在建设泛珠三角无障碍旅游区的过程中，形成和不断提升泛珠三角区域旅游城市的整体优势，带动和促进整个泛珠三角旅游经济圈的发展。而阳江地处中国—东盟经济圈、大西南经济辐射圈、泛珠三角经济圈的交集区及泛珠三角的沿海经济发展带，是泛珠三角经济发展的重要区域之一。

2. 粤东西北振兴发展

2013 年 7 月，广东省委、省政府召开进一步促进粤东西北地区振兴工作会议，出台了《关于进一步促进粤东西北地区振兴发展的决定》（简称《决定》），发出了“振兴东西北”的动员令。未来五年，省财政将统筹安排资金 6720 亿元，其中增量性安排 2061 亿元，大力支持粤东西北地区振兴发展。到 2020 年前，粤东西北 12 市人均 GDP 达到或超过全国平均水平，与全国同步全面建成小康社会。

加快粤东西北发展，已经上升为全省战略。

《决定》除了明确粤东西北的主体责任，还对珠三角的帮扶提出了更高的要求，要求珠三角从优化自身发展的角度来推进粤东西北发展。《决定》明确要求珠三角的帮扶思维要转变过来：要变“被动帮扶”为“主动拓展发展空间”，同时实行珠三角地区 6 市与粤东西北地区 11 市新一轮结对帮扶。

《决定》对粤东西北有着清晰的定位：粤东加快建设汕潮揭城市群，粤西加快建设湛江阳临港经济带，粤北加快建设可持续发展生态型新经济区。同时出台《推动粤东西北地区地级市中心城区扩容提质工作方案》，为支持粤东西北振兴发展，省财政分期出资 40 亿元，设立进一步促进粤东西北地区振兴发展基金，首期募集资金 121 亿元，未来将达 300 亿元。

阳江应充分利用现阶段海洋发展的新机遇，充分利用海上丝绸之路文化的先导优势，通过滨海新区、临港经济带的蓝色经济建设，借力发展，全面推进阳江地区经济振兴发展。

3. 珠三角地区将进入珠江西岸时代，珠海对口帮扶阳江

港珠澳大桥项目跨越伶仃洋，东接香港，西接珠海和澳门，是国家高速公路网规划中珠江三角洲地区环线的组成部分和跨越伶仃洋海域的关键性工程，也是“一国两制”框架下粤港澳三地首次合作建设的大型跨海交通工程，还是世界上最长的跨海大桥工程，将形成连接珠江东西两岸新的公路运输通道。港珠澳大桥 2009 年 12 月 15 日在珠海动工，工程完成后，从香港到珠海的车程只需半小时，粤港澳三地将紧密连接在一起。

港珠澳大桥的建设弥补了珠江口没有超级跨海设施的空白，香港、澳门、珠海三地的时空距离将彻底改变，开启了珠江口西岸发展的全新时代，将带动珠江口西岸板块的发展，继而辐射粤西地区。借此，粤西地区可以充分享受到港澳资金、人才、技术、产业的溢出效应，其振兴发展也有更多的要素支持。

2009 年 8 月 14 日，国务院正式批准实施《横琴总体发展规划》，将横琴岛纳入珠海经济特区范围，珠海市横琴新区升级为国家战略，率先建设“粤港澳”合作新模式的示范区。

2015 年 4 月 21 日，中国（广东）自由贸易试验区挂牌仪式在广州南沙举行。中国（广东）自由贸易试验区挂牌，标志着广东自贸试验区正式启动建设。广东自贸试验区分南沙、前海蛇口、横琴三个片区，实施范围 116.2 平方公里。随着港珠澳大桥将于 2016 年建成，珠海澳门正朝同城化迈进，横琴新区金融机构数量和种类都在快速增加。广东省自贸区将以制度创新为核心，在创新行政管理体制、构建高标准投资贸易规则体系、营造国际化市场化法治化营商环境上先行先试。同时，横琴片区将依托粤澳深度合作，重点发展旅游休闲健康、文化科教和高新技术等产业，建设成为文化教育开放先导区和国际商务服务休闲旅游基地，发挥促进澳门经济适度多元发展新载体、新高地的作用。

珠海阳江对口共建，围绕“6+1”工程进行推进，一要加强产业转移园区的建设；二要充分利用阳江农业基础，为港澳地区提供优质农副产品；三要加强港口和机场建设的合作。四要共同促进城市扩容提质。五要以发展高端海洋旅游为目标，促进横琴岛和海陵岛合作，谋划港、澳、珠、阳四地海上资源联合开发，打造珠三角海上黄金旅游带。六要共同谋划珠海、澳门、阳江水资源安全工程。

随着港珠澳大桥建设加速，横琴新区建设自贸区，珠海对口帮扶阳江，共同推进区域经济合作。阳江应依托借助珠海的对口帮扶，共谋海洋经济跨越发展，推动“阳江——珠海——港澳”蓝色崛起合作新格局。

二、滨海旅游产业背景

（一）国外滨海旅游发展与趋势

1. 世界滨海旅游发展历程

（1）地域性发展

从18世纪末开始，集中在资本主义发展较早的英国、法国、美国，旅游目的地距离主要客源市场较近，受交通限制，人们的旅游空间受到限制。

20世纪之后，地中海地区及佛罗里达地区的滨海旅游开始发展，大批度假设施和娱乐设施开始形成。旅游产品除了传统项目外，出现一些水上项目和水上娱乐，如划船、潜水、帆船。

20世纪中叶以后，随着民航业发展，加勒比海、东南亚、夏威夷为代表的热带和亚热带地区成为新的滨海旅游热点目的地，海滨度假成为新的滨海旅游形式。

（2）消费模式转变

随着国际滨海旅游业的发展，旅游者的消费模式也随着改变，形成观光—休闲—体验—度假的往高端式发展历程。

旅游产品也随着发生改变，高端度假产品成为吸引游客的最大卖点。

2. 世界滨海旅游发展格局

环球视角，“4+2”海洋旅游格局，四个知名旅游度假区和两个新兴旅游度假区。

（1）四个知名旅游度假区

- 加勒比海海洋旅游区

包括佛罗里达海滨（美）、坎昆（墨西哥）、巴哈马群岛（巴）、百慕大群岛（英）。

- 地中海海洋旅游区

包括巴利阿里群岛（西）、科西嘉岛（法）、卡普里岛（意）、马耳他（马耳他）。

- **东南亚海洋旅游区**

包括新加坡（新）、普吉岛（泰）、攀牙（泰）、巴厘岛（马来西亚）、碧瑶（菲律宾）、迪沙鲁（马来西亚）、槟城（马来西亚）。

- **大洋洲海洋旅游区**

包括夏威夷群岛（美）、黄金海岸（澳）、阳光海岸（澳）、大堡礁（澳）。

（2）两个新兴旅游度假区

- **东非海洋旅游区**

包括毛里求斯（毛）、马达加斯加（马）、坦桑尼亚（坦）。

- **东亚海洋旅游区**

包括釜山、首尔、济州岛（韩）、横滨、冲绳（日）、上海、大连、秦皇岛、青岛、海南及南沙群岛（中国）。

中国已成为新兴海洋旅游区（东亚海洋旅游区）的重要组成部分。

3. 世界滨海旅游发展趋势特征

（1）四季均衡，平滑波谷

滨海旅游区淡季与旺季区别鲜明：旺季时沙滩、酒店人满为患，甚至影响景区形象；淡季大量物业限制，造成经营性物业的非经济使用，形成资产无形流失。自 20 世纪中期，国际滨海旅游度假区便不断谋求与探索形成常年人口沉淀的途径，以实现现金流平滑，平滑淡季与旺季、波峰与波谷。

方式一：产权分割式、完全产权式售卖物业产生，沉淀常住人口。

方式二：时序化的四季节事活动，均衡季节性影响。

（2）滨海用地趋于复合

滨海旅游用地类型区域多样化，不单纯的进行地产开发，强调产业链的延续性及居、旅功能的合一，形成综合性、高端化的旅游社区形式。

各比重关系如下：情境地产用地比重 10%-25%，旅游用地比重 20%-30%，商务用地 15%-25%，其他用地比重 20%-25%。

（3）“3N”思路下游居业融合的“大旅游度假观”

原生态的生活方式+具有体验价值的旅游空间场所的再造=居（业）与旅游度假相互融合；旅人之“情”（生活方式/审美情趣）+天然而成的“景”=更高审美情趣的体验之“境”。

（4）身心平衡

身心平衡，对滨海度假功能的全新阐释。

追求身体与心灵的健康与平衡成为国际滨海度假的主导趋势，以身心的和谐体验来融合对自然生态的感官享受。

（二）中国滨海旅游发展概况与趋势

1. 中国大力推动海洋旅游战略

国家旅游局确定2013年为“中国海洋旅游年”，提出“美丽中国，海洋之旅”、“体验海洋、游览中国”、“海洋旅游，精彩无限”主题口号，提出通过加强对海洋旅游资源和产品的宣传推介，引领兴业不断开发邮轮游艇、滨海休闲度假、海岛观光、创意文化等海洋旅游新产品、新业态，打造旅游新亮点。

基于“建立海洋强国”的“海洋旅游年（2013）”意味着以大陆架及岛屿等领海范围内的海洋自然旅游资源及人文旅游资源的综合开发利用提上日程。海洋旅游年策略借鉴“奥运旅游年”、“乡村旅游年”、“城乡旅游年”等成功经验和做法，充分发挥主题年在市场宣传推介和资源及产品开发中地领航作用，通过对海洋旅游资源开发，打造海洋旅游拳头产品，丰富我国旅游产品种类，提升旅游国际竞争力，吸引海外游客聚集、游览中国。同时通过主题年，积极营造国内外广泛参与海洋事业、体验海洋地氛围，推动中国海洋事业蒸蒸日上。

2. 中国海洋旅游发展结构

中国海洋旅游空间结构：“四带一区”格局初具规模。

经过20年的发展壮大，我国已形成了大连、秦皇岛和青岛为中心的环渤海旅游带，以上海、连云港和宁波为中心的长三角旅游带，以福州、厦门和泉州为中心的海峡西

岸旅游带，以香港和深圳为中心的珠三角旅游带，以海口和三亚为中心的海南旅游区，“四带一区”格局初具规模。

这些海滨城市在经历了最初以观光为主的发展阶段后，目前都步入了休闲度假的崭新阶段。以海洋旅游装备制造制造业、邮轮供应商、滨海度假物业、度假会展为核心的新型产业格局代替了传统的以滨海景区、观光旅行社业、酒店业为主的产业格局，新型产品和高端产品层出不穷，近海休闲与远洋度假成为市场新宠。

（三）广东省滨海旅游发展概况与趋势

1. 广东滨海发展历程与发展现状

（1）发展历程

广东省滨海旅游起步于 20 世纪 80 年代，以深圳小梅沙旅游中心、阳江海陵岛大角湾浴场、茂名龙头山-虎头山旅游区、江门川岛飞沙滩-王府洲旅游中心等为代表，以海水浴场作为主要开发内容。

90 年代中期至 21 世纪初，全省出现滨海旅游开发热潮，形成一批著名的滨海旅游度假区，其中阳江大角湾、汕头中信高尔夫海滨度假村及南澳岛等被评为国家 4A 级景区。

21 世纪以来，开始进入以休闲度假为导向的产品深度开发阶段，出现了以珠海海泉湾、惠州巽寮湾等为代表的高端滨海旅游度假区。

（2）发展现状

2014 年，全省海洋生产总值达 1.35 万亿元，同比增长 13.8%，居全国首位。占全国海洋生产总值的 22.5%。滨海旅游业形成由海滨浴场、水上运动、文化观光、主题公园、民俗参与和专项旅游活动等组成的海滨度假旅游产品体系，“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素不断改善，形成了珠江三角洲、粤东以及粤西三大滨海旅游区域。

2. 广东海洋经济发展新布局

2011年，经国务院批准，广东成为海洋经济综合试验区。2012年，广东省政府正式发布《广东省海洋经济发展“十二五”规划》，提出“十二五”期间广东将进一步优化海洋主体功能区域布局，着力构建海洋经济新格局。

在一系列政策措施下，广东一些海洋产业近年来表现突出，成为广东海洋经济发展的重要动力。同时滨海旅游业亮点突出。随着珠海长隆国际海洋度假区项目、湛江五岛一湾滨海旅游产业园区、汕尾红海湾滨海旅游产业园区等项目的开发建设，广东滨海旅游形成了从点到面、深度发展的新局面。

2012年，广东省发布了《广东海洋经济地图》，对广东海洋经济发展版图做出规划，提出了“湾区计划”，将广东沿海区域划分为“六湾区一半岛”——大汕头湾区、大红海湾区、环大亚湾湾区、环珠江口湾区、大广海湾区、大海陵湾区以及雷州半岛。

3. 广东滨海旅游发展规划新格局

打造广东蓝色滨海旅游产业带：以自然资源、岭南文化为依托，以海岸生活、休闲文化为内涵，以家庭休闲度假与商务会议度假为重点，以现代化的设施与国际化的服务为特色，加快“海洋-海岛-海岸”旅游立体开发，打造多元化、高品质、生态化的滨海旅游度假目的地，成为我国最适宜休闲度假的旅游目的地之一，达到国际一流滨海休闲度假旅游目的地的水平。

形成三大特色滨海旅游板块：珠江三角洲滨海地区、粤西滨海地区、粤东滨海地区。

构筑八大滨海旅游组团：环珠江口组团、川岛-广海湾组团、海陵岛-月亮湾组团、水东湾-放鸡岛组团、环湛江湾组团、大亚湾-稔平半岛组团、红海湾-品清湖组团、南澳岛-汕头湾组团。

建设一批以海洋旅游为主题的海岛、休闲度假区、滨海城市和特色旅游产业基地。

（四）小结

阳江地处广东西部沿海，是珠三角经济圈和北部湾经济圈之间的战略节点。从宋朝开始，阳江已是海上丝绸之路重要的中转港、补给港，成为东西方经济文化交流的重要枢纽。近年来，阳江立足于生态、交通、文化和资源优势，大力发展开放型经济，

经济社会实现了跨越发展。建设 21 世纪海上丝绸之路战略的提出，为阳江扩大对外开放、加快蓝色崛起提供了难得的历史机遇和重要平台。

产业共融：打造海上丝绸之路临港产业带。

贸易共赢：打造海上丝绸之路商贸合作平台。

旅游互惠：打造海上丝绸之路滨海文化旅游目的地。

民心相通：打造海上丝绸之路人文交流圈。

综上所述，从宏观背景政策及滨海旅游产业背景上来看，21 世纪是海洋世纪，海上丝绸之路建设更是海洋文明发展的主流，作为海上丝绸之路的战略支点，阳江应乘海上丝路东风，促蓝色崛起！

三、规划衔接

（一）《广东海洋经济综合试验区发展规划（2011-2020 年）》

2011 年 7 月份国务院印发了《关于广东海洋经济综合试验区发展规划的批复》，正式批准实施《广东海洋经济综合试验区发展规划》，这对于优化海洋经济发展方式、提高广东海洋经济综合竞争力、建设“深蓝广东”具有深远影响，也为把广东建设成为提升我国海洋经济国际竞争力的核心区、海洋经济科学发展的示范区指明了方向。

根据广东海洋经济综合试验区的战略定位、现有产业基础和发展潜力、资源环境承载能力，按照海陆统筹、优势集聚、功能明晰、联动发展的要求，优化海洋开发布局，着力建设珠江三角洲海洋经济优化发展区和粤东、粤西海洋经济重点发展区三大海洋经济主体区域，积极构建粤港澳、粤闽、粤桂琼三大海洋经济合作圈，科学统筹海岸带（含海岛地区）、近海海域、深海海域三大海洋保护开发带，推进形成“三区、三圈、三带”的海洋综合发展新格局。

发挥大西南出海口的优势，加快发展滨海旅游业，以湛江、茂名、阳江海洋经济重点发展区为支撑，对接北部湾地区和海南国际旅游岛，共同打造粤桂琼滨海旅游“金三角”，将其建设成为具有国际影响的休闲度假旅游目的地。

（二）《广东省滨海旅游发展规划（2011-2020 年）》

规划明确了广东滨海旅游的发展格局，即打造广东蓝色滨海旅游产业带，形成珠江三角洲滨海地区、粤西滨海地区和粤东滨海地区等三大特色滨海旅游板块。构筑八大滨海旅游组团。以“南海 I 号”为吸引，重点发展滨海观光休闲度假旅游、“海上丝绸之路”体验旅游和康体养生旅游，打造珠江三角洲游客最喜爱的滨海旅游目的地。

三大特色滨海旅游板块中指出：粤西滨海地区打造融历史、文化与滨海旅游于一体，深层次开发海洋特色为主的滨海度假区。

八大滨海旅游组团中包括：海陵岛一月亮湾组团，主要包括阳江海陵岛和东平珍珠湾、沙扒月亮湾地区。以丰富的滨海资源为依托，“南海 I 号”文化效应为吸引，重点发展滨海观光休闲度假旅游、“海上丝绸之路”文化体验旅游和康体休闲旅游，打造珠江三角洲游客最爱的自驾车旅游目的地。主要旅游项目包括：阳江市海陵岛旅游休闲娱乐区、阳江市月亮湾旅游休闲娱乐区。

提出未来九年内广东将建设 29 个重点滨海旅游项目，总投资高达 1108 亿元。其中，阳江市的重点滨海旅游项目最多，共有 6 个，总投资达 209 亿元，预计能带动 1.1 万多人就业。

（三）《阳江市城市总体规划修编（2007-2020 年）》

【空间战略】“南进、西拓、东联、北优”

南进：近期依托现有的城市基础设施，发展城南新区房地产等生活功能；远期依托沿海区域基础设施，开辟南部的岸东片区水岸新城，联络海陵岛，大力发展旅游、商贸等新兴产业；完善西南部高新技术与临港产业区配套建设，拓展新功能，实现跨越式发展。

西拓：跨越漠阳江东、西两河，结合漠阳江的沿江生态带保护与利用，逐步建设长洲片区与白沙片区，形成长洲体育休闲生活城和白沙西部工业发展带。

东联：联合阳东区域，协调发展，成为承接珠三角地区辐射的门户地区；完善水系、绿地等生态系统的联络，体现生态环境优先的理念。

北优：依托北部现状交通优势，调整北部地区用地功能，以教育与综合服务为主要功能，转变以单一工业生产带动发展的模式，重点发展共青湖周边地区及物流园区。

【城市布局】一主五副四带组团式

一主：阳江主城区和阳东区域组成的主城区，包括6街1镇，分别为南恩街道办、城南街道办、城东街道办、城北街道办、城西街道办、岗列街道办、东城镇。

五副：西部新城、岸东新城、西南工业新城、阳东新城、海陵岛。

四带：沿海功能区与重大项目发展带、中部中心功能发展带、西部新兴产业发展带、北部传统产业发展带。

多组团：合山北惯组团、阳东新城—那龙组团、海陵岛组团、东平组团、阳江港（平冈吉树港区、溪头丰头港区）组团、溪头组团、白沙组团、长洲岛组团等。

（四）《阳江市旅游发展总体规划（2007-2020年）》

以培育旅游精品为重点，以加强区域合作和构建现代旅游营销体系为手段，以体制创新为动力，重点打造“浪漫银滩、宋船古韵、温泉之都、水墨阳江、休闲绿城”五大旅游品牌，重点推介“滨海休闲度假之旅”、“南粤精品文化之旅”和“南国药膳之旅”等线路，抓住发展机遇，积极对接珠三角，融入粤西旅游一体化发展格局。

实施“旅游强市”发展战略。在客源市场上依托珠三角，服务本地，连通港澳台，立足广东以及“9+2”地区，面向国内外，在建设上实行创新与巩固结合，专题化与大众化结合，自然景观与人文景观结合，动态参与型与静态休闲度假型结合，科学开发与生态保护结合，高起点、高标准、高品位地搞好旅游资源开发建设，努力促进旅游产品创新升级，在发展方向上突出滨海沙滩、溶洞峰林、温泉养生、海洋文化等旅游特色，把阳江旅游建设为国际休闲旅游度假胜地。

根据阳江旅游景观的特色、空间分布、区域组合和接待设施结构等，按“一个龙头，一条风景带，两个中心，五大旅游组团和若干旅游路线”进行规划布局。即以海陵岛为龙头，漠阳江为风景带；以江城区（含高新区）为旅游组织主中心，春城为副中心，以南部海陵岛滨海旅游组团、北部阳春岩溶地貌旅游组团、西北部阳春八甲生态旅游组团、东部阳东山海泉湖旅游组团、西部阳西山海风光旅游组团为五大旅游组团，自旅游中心向五大旅游组团辐射开发特色旅游路线。

第三章 基础分析

一、自然环境条件

（一）地形地貌

阳江丘陵面积占 25.57%，山地面积占 41.97%，平原面积占 21.77%。东与恩平市、台山市交界，北同云浮市的罗定市、新兴县及茂名市的信宜市接壤，西接茂名市的高州市、电白县，南临南海。地势由北向南倾斜，依山傍海，东北有天露山屏障，西北有云雾山环绕。境内最高山峰为望夫山脉的鹅凰嶂（粤西第二高峰），海拔 1337 米。

（二）海洋水文

全市海（岛）岸线总长 458.6 公里，其中岛岸线长 135.1 公里，主要岛屿有 40 个。可供开发的滨海沙滩 20 多处，总长 51.8 公里。最长河流为漠阳江（广东六大江河之一），全长 199 公里，南北贯穿全市，自北向南流入南海。

（三）海域环境

阳江市海洋环境质量保持稳定，近岸海域水质多为一类、二类，未出现赤潮和海水入侵现象。其中南鹏列岛海域各项指标处于一类水平；北津港局部海域海水无机氮、化学需氧量和石油类含量处于三类水平，其余各项指标处于海水水质标准一类或二类水平；海陵岛南部海域各项指标处于一类或二类水平；海陵湾局部海域无机氮和石油类含量处于三类水平，其他各项指标均处于一类或二类水质；阳西近岸海域，沙扒港等局部海域海水化学需氧量含量和石油类含量处于三类水平。

（四）气候特征

气温：地处北回归线以南，属亚热带气候，常受海洋性季风及热带高压气候影响，雨量充沛，气温变化小，年平均气温 23℃左右，历年最高气温 38.4℃，最低气温-1.8℃，全年无霜期 350 天，偶有低温霜冻。

日照：多年平均日照 1866.5 小时，年最多日照 2299.0 小时，年最少日照 1607.3

小时。

降雨：雨水充沛，年平均降雨量在 1500-2900mm 之间，均值 2252mm，雨季汛期明显，夏秋季多台风雨，4-9 月间雨量占多年平均值的 70-85%。

空气：阳江环境空气质量一直保持国家一级标准，优良天数比率 99.5%，位居全国空气质量最佳城市之列，是国内外人士宜居宜业的美好家园。

二、区位条件

（一）地理区位

阳江市地处广东省西南沿海，紧邻珠三角，扼粤西要冲。位于北纬 $21^{\circ} 28' 45'' - 22^{\circ} 41' 02''$ ，东经 $111^{\circ} 16' 35'' - 112^{\circ} 21' 51''$ ，东西长 112.5 公里，南北距 132.75 公里。东与江门市的恩平、台山市交界，北同云浮市的罗定市、新兴县及茂名市的信宜市接壤，西接茂名市的高州市、电白县，南临南海。



图 3-1 地理区位图

（二）交通区位

阳江毗邻港澳，距广州 247 公里，距湛江 230 公里，距珠海 160 公里，距香港 143 海里，距澳门 129 海里。325 国道、广湛高速公路、广东西部沿海高速公路、开阳高速、三茂铁路贯通全境，广东西部高速铁路加快规划建设，阳江港可通航广州、深圳、

香港、澳门等各地。



图 3-2 交通区位图

（三）区位优势

1. 粤西高铁规划契机

阳江即将进入高铁时代，跨入广东 1 小时生活圈。广东西部沿海高速铁路深茂段建设已 2011 年 02 月 19 日正式获国家发改委批准，该段铁路是国家规划东北经东南沿海城市，至海南三亚纵向沿海高速铁路的一部分。2011 年，作为广东西部沿海高速铁路重要组成部分的茂湛高铁已全线动工建设。广东西部沿海高速铁路建成通车后，从阳江到广州全程仅需 1 小时左右，届时阳江到珠三角的“1 小时生活圈”梦想将成真。

2. 粤西国际机场建设契机

粤西国际机场前期工作已推进，阳江增加立体化交通优势。粤西国际机场是粤西地区共享的区域性枢纽机场，其项目规模是远期按 4E 规划、近期按 4D 级标准建设的广东第三大国际机场（广州白云机场、深圳宝安机场）。机场的辐射范围由湛江地区扩展为包括茂名、阳江及云浮在内的粤西地区及广西的临近地区，拓宽更广的辐射空间，提速湛江“东拓、北延”对接茂名“南扩”的“一体化”战略布局，粤西各市建立航空快线大巴线路可以快速直达该机场，阳江作为粤西对接珠三角的首站，扼粤西要地，将以立体化的交通快速连接各市，促进粤西区域经济一体化发展。

3. 高速公路建设契机

罗阳高速推进至海陵岛，粤西沿海高速连接至高新区，阳江道路系统进一步完善。为贯彻落实全省加快重要基础设施建设工作会议的统一部署，切实加快高速公路外通内连工程、省内干线工程和区内联网及疏港工程建设，进一步完善全省高速公路网络。除 2013 年至 2017 年安排建设 69 个项目外，中远期还将建设怀集至阳江港高速公路怀集至郁南段、阳江海陵岛大桥等项目。上述项目建成后，广东省将形成以珠江三角洲为核心，以沿海为扇面，以主要城市（港口）为龙头向山区和内陆省区辐射的高速公路网布局，高速公路总里程将达到 11570 公里。

三、产业条件

（一）社会经济基础

2014 年阳江市实现地区生产总值 1168.55 亿元，同比增长 10.5%；人均生产总值 46938 元，增长 9.9%；地方公共财政预算收入 62.95 亿元，突破 60 亿元，增长 17.2%。三次产业比例调整为 17.5：50.4：32.1，工业主导地位进一步凸显。固定资产投资超出计划目标 0.7%，对经济平稳较快增长发挥重要作用。城镇化进程加快，城镇建设质量不断提升。基本公共服务均等化水平继续提高。县域经济较快发展。

阳江市经济稳步增长，经济发展势头良好，经济总量及人均 GDP 逐年递增，阳江人均 GDP 已赶超全国平均水平。

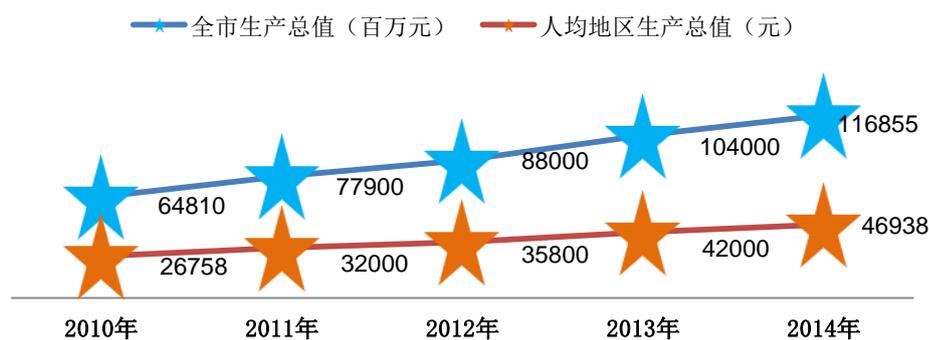


图 3-3 阳江市 2010-2014 年经济指标统计图

（数据来源：阳江市 2010—2014 年国民经济和社会发展统计公报）

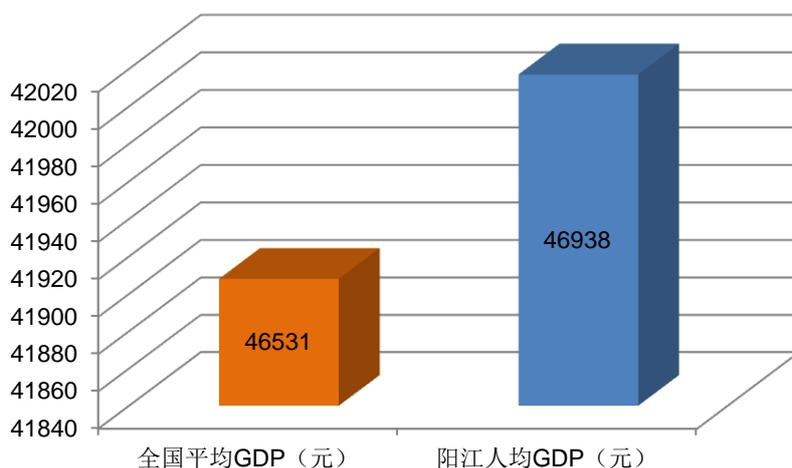


图 3-4 2014 年国内人均 GDP 与阳江人均 GDP 对比一览表

（二）特色产业状况

1. 工业主导地位不断增强

工业规模继续扩大。2014 年全市规模以上工业总产值和增加值分别达 1865.78 亿元和 467.57 亿元，分别增长 18.1%和 18.7%。省政府批复阳江加入珠中江经济圈，并将阳江纳入珠江西岸先进装备制造产业带“六市一区”建设范围。阳江核电站 1 号机组 2014 年 3 月投产并首年实现发电 67.9 亿千瓦时，2-6 号机组有序推进；传统产业加快转型升级，五金刀剪产业总产值达 510.03 亿元，增长 16%。

2. 特色农业不断发展

水果、蔬菜、花卉等特色优质农产品众多。海洋渔业发展形势良好，有 6 个国家级和省级重点渔港，水产品总量和人均占有量连续 10 年居全省前列，享有“广东鱼仓”的美誉。

3. 现代服务业加快发展

以滨海旅游业为龙头的阳江现代服务业得到了较大发展。海陵岛获评为“广东十大美丽海岛”，大角湾海上丝路旅游区被列入创建国家 5A 级景区预备名单。2014 年全市接待游客总人数 1498.2 万人次，实现旅游总收入 153.6 亿元，分别增长 19.3% 和 34.5%。商贸水平进一步提升，城市综合体建设加快推进，成功举办第 13 届刀博会。

4. 海洋经济基本情况

临港工业迅速崛起：“湛茂阳”临港经济圈横空出世，对粤西腾飞和推进全省区域协调发展意义重大。“湛茂阳”临港经济圈着重突出了“临港”二字，阳江港是国家一类对外开放口岸，属深水良港，腹地广阔、平坦，发展临港工业得天独厚。

高新区港口工业园和广东阳江海洋经济特色产业基地建设齐头并进，使环海陵湾的临港工业逐渐形成两翼齐飞之势。阳江集约发展临港工业被摆在最突出的位置，未来阳江市将统筹海陵湾宜港岸线规划开发，按照与周边港口错位发展的理念，大力推进港口开发，加快建设海陵湾、吉树港区、丰头港区“一湾两港区”交通设施，构筑以阳江港为中心的综合交通运输体系。

海洋渔业蓬勃发展：阳江渔业经济近年来稳步增长。2014 年阳江全市水产品总产量 118.45 万吨，增长 3.4%。渔业总产值 149.04 亿元，同比增长 4.7%。阳江的海洋捕捞业生产处在广东全省领先水平，已成为广东重要的水产品加工和出口基地。渔港建设成效显著，拥有闸坡、东平、沙扒、溪头、河北、对岸 6 个渔港，其中闸坡、东平渔港是国家级中心渔港，沙扒渔港是国家一级渔港，是全国拥有国家级渔港最多的地级市之一，闸坡渔港是全省首个通过验收的国家级中心渔港，并被评为首批全国文明渔港。目前，闸坡、东平、沙扒已形成了以渔港为依托，以渔业、休闲旅游、水产品加工等产业为主的渔港经济区。

能源工业蓄势待发：阳江市坚持核电、火电、风电、太阳能、光伏发电、天然气发电、集浪发电等多电并举。阳江核电站首台机组于 2014 年 3 月投入商业运营，6 台机组将于 2019 年全部建成投产，年上网电量 450 亿千瓦时。经省发改委核准的风电项目共有四个，沿海建成投产的风电项目装机容量 29.2 万千瓦。在海陵岛等沿海开展浪能发电实验，并取得初步成效。“十二五”—“十三五”期间，全市新能源规划装机容量达 1800 多万千瓦。

滨海旅游独具魅力：阳江海洋文化内涵丰富，其国际影响力日益提升。依托“南海 I 号”的影响力，广东海上丝绸之路博物馆已成为向世界展示和传承阳江文化的重要窗口。广东海洋历史博物馆落户阳江市。连续举办十二届的南海（阳江）开渔节，已逐步成为弘扬海洋与渔业文化、开展渔业交流与合作、推动海洋文化产业和旅游业发展的平台，并被列入广东省 12 个节庆之一。

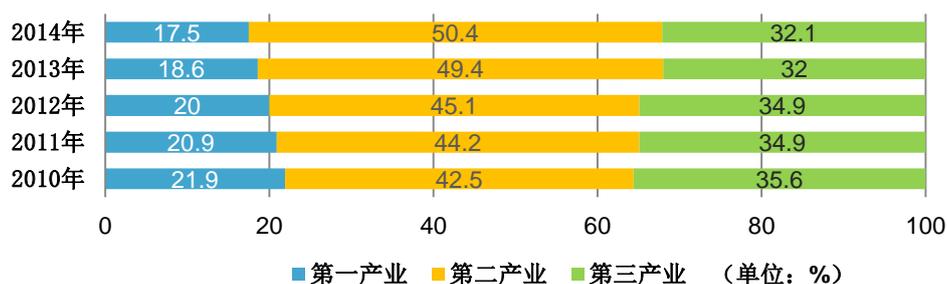


图 3-5 2010-2014 年阳江市三大产业结构图

（数据来源：阳江市 2010-2014 年国民经济和社会发展统计公报）

5. 旅游业呈持续高速增长态势

阳江作为广东的沿海城市，地理位置优越，属于热带、亚热带地区，气候宜人，青山、碧海、温泉、人文等旅游资源丰富。一年四季都适合开展旅游活动，有着得天独厚的优势，近年来旅游业发展较快，为阳江经济社会发展注入了新的活力。

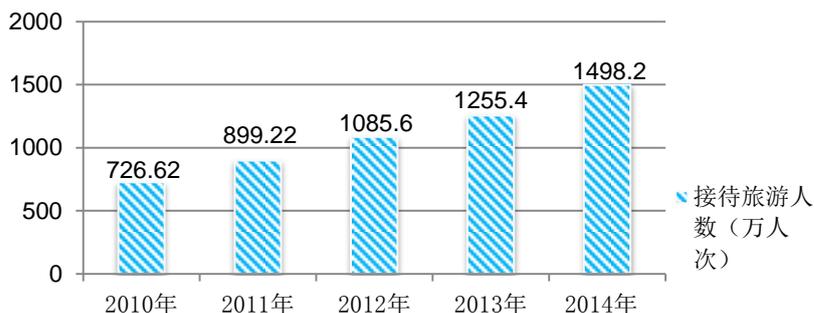


图 3-6 2010-2014 年阳江市旅游接待总人数

（三）滨海旅游业发展势头良好

旅游业是阳江市的支柱产业，滨海旅游是其核心，也是实现阳江市“蓝色崛起”的重要组成部分。“南海 I 号”的成功打捞、广东海上丝绸之路博物馆的顺利建成，为阳江滨海旅游业发展提供了机遇与条件。

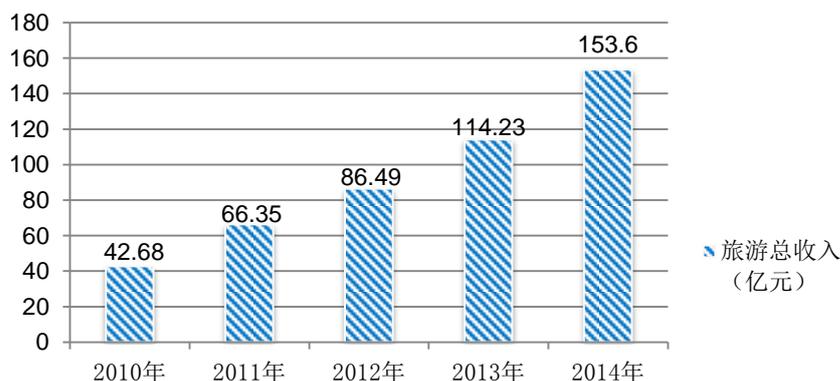


图 3-7 2010-2014 年阳江市旅游总收入

阳江市具有丰富的滨海旅游资源，目前，阳江市滨海旅游业已初具规模。阳江市滨海旅游业已形成“以海陵岛为龙头，阳西沙扒镇、阳东东平镇为两翼，龙头崛起，两翼齐飞”的战略格局。正朝着打造阳江滨海旅游聚集区，建设广东黄金海岸的目标不断前进。

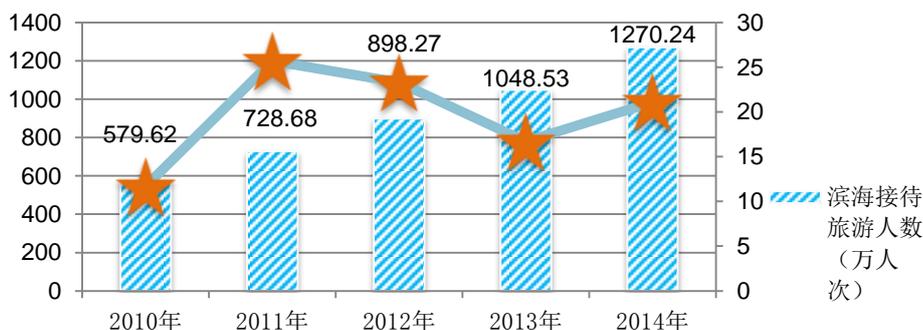


图 3-8 2010-2014 年阳江市滨海旅游接待人数及增幅情况

四、基础设施条件

旅游业是一项综合性很强的经济产业，除旅游景点开发建设外，还要求基础设施与之相配套。

（一）机场

阳江合山机场距离城区 19 公里，是广东省第一个地级城市所有的通用航空机场，机场跑道质量良好，净空条件优越。2014 年 12 月 30 日，阳江航空城机场投资控股有限公司正式挂牌成立。阳江航空城机场投资控股有限公司将对阳江合山通用机场进行改扩建以及运营管理，扩建后的合山机场将力争成为我国中南地区通用航空的标杆、样板通用机场。改扩建完成后阳江市立体交通得到了进一步的健全，为阳江旅游产业创造新契机，通航旅游将成为阳江旅游新项目。

（二）港口

阳江港是中国对外开放一类口岸，可通航广州、深圳、香港、澳门等世界各地，拥有 10 个万吨级泊位码头。规划范围内有渔港 6 个，包括闸坡、东平、沙扒、溪头、河北、对岸。

（三）铁路

主要有广茂铁路（广州——茂名，由广三线及三茂线合并）东西贯穿全市、阳阳铁路（阳春站——阳江港）、罗阳铁路（罗定——阳春）、广东西部高速铁路（阳江段），2013 年动工广州到江门城际轨道规划延伸至阳江。

（四）公路

主要有 G325 国道（广湛公路）、广东西部沿海高速公路（阳江段）、开阳高速公路（开平——阳江）、阳茂高速公路（阳江——茂名）、罗阳高速公路（罗定——阳江），阳江至阳春已开通，罗定至阳春段已动工；汕湛高速公路（揭阳——茂名），东西贯穿整个阳春市；到 2020 年，规划建设阳江市阳东至阳江港沿海高速公路、中开高速公路西延线阳江段等项目贯穿全市。

（五）通信

在继续发展邮政、电信传统服务项目基础上，应积极发展移动通信、数据通信和图像通信、网路通信。总体上采取适度超前的方针，以满足远期社会经济大量信息交流。技术上应尽量采取世界先进通信技术，积极发展信息高速公路。邮电通信业平稳发展。2014 年末固定电话用户 45.2 万户，同比下降 2.5%；移动电话用户 244.1 万户，增长 1.2%；互联网络、数据通信等新兴业务继续快速发展，年末 ADSL 用户 42.1 万户。

（六）电力

阳江供电局现有 500kV 变电站 1 座，主变容量 2502 兆伏安；220kV 变电站 6 座，主变容量 1920 兆伏安；110kV 变电站 35 座，主变容量 2145.3 兆伏安；管理 500kV 线路 8 回，共 366.34 千米；220kV 线路 16 回，共 542.065 千米；110kV 线路 70 回，共 970.299 千米；另有 220kV 用户站 4 座，110kV 用户站 1 座。供电范围 7813 平方公里，供电人口 260 余万，直供电用户数 46 万户。

（七）其它市政公用设施

城市的供水、供电、供气、绿化、环卫、治安等有关公用设施应按旅游城市的要求规划建设，达到同步协调发展。

五、服务设施条件

滨海旅游服务设施初成体系，但建设品质与服务标准与旅游目的地城市尚有差距，现有的住宿设施结构不合理，餐饮、购物、娱乐等设施大部分档次偏低，宾馆、旅行社等配套设施不足。

（一）餐饮场所

阳江旅游餐饮主要分为酒店、酒楼、食街、茶餐厅、快餐店、粥粉面店和大排档，经营粤菜、农家菜、海特色菜等，其中以粤菜为主；大排档、海鲜店遍布闸坡镇，闸坡海鲜在珠三角地区已经得到广泛认可。另外，海陵岛餐饮行业于 2010 年成立了海陵岛饮食业协会，通过协会的自律、自检、自控，不断提高服务质量，规范旅游市场，

餐饮行业进入了自律与监督发展的新层次。

（二）住宿设施

至 2014 年底，全市旅游饭店共 582 家，共有客房 30936 间，床位 55900 张。

目前，全市已评定星级酒店有 27 家，其中五星级酒店 3 家（阳江温泉度假村、碧桂园阳江凤凰城酒店、阳春东湖国际大酒店），四星级酒店 2 家，三星级酒店 18 家，二星级酒店 4 家。

（三）旅游购物

阳江市旅游资源丰富，但旅游商品还未进入系统开发的阶段，只是个别的旅游企业根据自身经营的特点自行开发，整体开发的深度和广度都不够，海产品、旅游纪念品及手工艺品的开发空间较大。

（四）娱乐设施

阳江市娱乐较为发达地区集中在江城区的南恩路、新华北路、漠江路、东风一路、东风二路，同时各区县和规模较大的旅游景区点的娱乐活动都呈现出蓬勃发展的景象。海陵岛的休闲娱乐呈现相对较快的发展，随着酒店业的发展，酒店内部开设的 KTV 包房、酒吧、歌舞厅等为海陵岛增加了一些娱乐场所，比较有名的休闲娱乐企业包括天羽休闲度假酒店、阳光半岛国际酒店扶元堂、碧珠楼足延堂等，海陵岛的旅游休闲娱乐产业已经具备了一定的基础。

（五）旅行社

目前，全市共有旅行社 34 家，其中出境游组团旅行社 1 家（阳江市国旅国际旅行社有限公司）、国内旅行社 33 家。

全市旅游服务咨询中心共有 5 个。阳江市旅游咨询服务电话平台（3357456）、阳江市自驾游服务中心、海陵岛大角湾旅游服务中心、阳西沙扒旅游服务中心、阳东东平旅游服务中心。

（六）旅游公共交通

阳江位于珠江三角洲西部外缘，与我国最大的旅游客源市场之一的珠江三角洲城市群交通联系十分方便，目前从广州、佛山、中山、江门和珠海各市到阳江只需 2~4 小时，广湛高速公路和西部沿海高速公路建成后，交通耗时进一步缩短，极大便于游客前来阳江旅游。此外，阳江至香港、澳门的距离只有 200~400 公里左右，旅游资源呈良好的互补关系，吸引港澳游客到阳江旅游，有着得天独厚的条件。

表 3-1 阳江市滨海旅游六要素一览表

餐饮场所	空间分布不合理，餐饮场所需加建，增设中高端产品，特色美食产品。
住宿设施	目前拥有的星级酒店有 27 家，总体上住宿设施较为完善，2014 年共接待滨海国内游客 759.37 万人，港澳台外国游客 4.27 万人。具有一定接待能力，但住宿业区域布局不均衡，区域接待能力差距较大。
旅游购物	阳江市旅游商品丰富，但商品品牌知名度较低、缺乏大型购物中心、与加工业、物流联系不紧密，销售渠道单一。
娱乐设施	旅游娱乐集中在娱乐类和休闲类，而文化类和体育类旅游娱乐设施相对匮乏。需要调整娱乐设施类型结构。
旅行社	目前拥有的旅行社数量有 34 家。仍然是旅游产业供应链中的重要环节之一。
交通路线	交通现状存在许多滞后问题，区域交通规划不均衡。许多远离中心的区县交通体系松散，区域联动作用微弱。

从“吃住行游购娱”旅游六要素上来看，阳江滨海旅游虽然拥有一流的休闲度假设施，但整体的核心优势和潜力还未整合开发，产业要素不全。

六、旅游开发现状

（一）旅游产品现状

目前，阳江已经建成了一批各具特色的旅游景区和国内一流的度假酒店，开发了一批颇具吸引力的滨海度假旅游产品，品牌效应日益凸显。

1. 以十里银滩、月亮湾为代表的滨海度假产品引领发展

经过近几年的发展，阳江市精心打造了一批高品位滨海度假产品，十里银滩、月亮湾已经成为国内知名的旅游度假区品牌。目前已形成了以高端会所、游艇俱乐部、豪华别墅、度假村等为代表的一批高端滨海度假产品。

2. 以广东海上丝绸之路博物馆为代表的文化旅游产品发展迅速

广东海上丝绸之路博物馆自 2009 年开馆以来，接待的游客人数持续攀升，2013 年该馆共接待游客达 44.6 万人次，与之相邻的另一座大型博物馆——广东海洋历史博物馆的建设，已被列入广东建设文化强省的重大工程和省的“十二五”规划之中，建成后，它将与“南海 I 号”及保利“南海 I 号”辅馆一起组成“南海 I 号”文化景区。广东海上丝绸之路博物馆是世界首例整体打捞、异地保存，将古沉船水下考古现场发掘演示过程向观众开放的专题博物馆。这种保护和陈列方式，在世界同类主题博物馆中前所未有。该馆成为阳江和广东文化与滨海旅游最靓丽名片。另外，东平镇的大澳渔村不仅是海上丝绸之路的重要驿站，也是千年的古商埠和古港口，东平、闸坡和沙扒也是古代海上丝绸之路驿站的代表，这三个古港口在阳江境内形成了一个自成体系的丝绸之路起点，连成海上的交通，促进当时海上贸易经济的往来，也将成为引领阳江滨海旅游发展的重要体系。

3. 大型节庆活动极大提升了阳江滨海旅游的知名度

一是中国南海开渔节、南海放生节、阳江旅游文化美食节、情人岛中国情人节、阳江国际风筝节等活动扩大了阳江滨海旅游的知名度和影响力。

二是在温泉康乐旅游方面，逐步开发出一批独具特色的热带、亚热带休闲疗养度假旅游项目，吸引了大批海内外游客。

4. 滨海旅游产业初具规模，旅游服务体系逐步健全

目前，阳江市已经建成了一批各具特色的旅游景区和国内一流的度假酒店，开发了一批颇具吸引力的滨海度假旅游产品，旅游产业发展逐步走上国际化、品牌化、规模化、集约化的发展轨道，已经成为国内著名的滨海旅游度假目的地之一。一是要素设施齐全。阳江已初步形成食、住、行、游、购、娱等旅游六大要素协调配套、功能齐全的产业体系。二是滨海旅游项目建设日益增多。三是旅游公共服务不断完善。已

有 5 座旅游服务咨询中心投入运营，游客到访服务体系得到完善，启动阳江旅游信息数据平台，完成阳江旅游数据库一期建设和阳江旅游官方网站的扩版。四是旅游要素国际化改造加快。在旅游餐饮、住宿、交通、景区、旅行社、导游、购物、节能减排及应急管理等方面，正在加快建立与国际通行规则相衔接的旅游服务质量标准体系。初步形成了旅游业管理的规范化、法制化建设体系。五是加强了服务质量监督和检查。通过加大对拒绝履行合同、恶意欺诈等行为的惩罚力度，规范宾馆、餐饮、旅行社等行业和导游、出租车司机等从业者服务行为，优化了阳江滨海旅游发展的整体环境。

（二）景区现状

1. 景区景点规模

至 2014 年底，规划区域已有 3A 级景区 1 个（大澳渔家文化村），4A 级景区 3 个（广东海上丝绸之路博物馆、大角湾风景区、阳西咸水矿温泉旅游度假山庄）。

2. 游客消费评价

表 3-2 游客消费评价一览表

优点（75%）	缺点（25%）
优美的海景，优质的海水浴场	节假日人多杂乱，交通进出不方便
千年古船，历史悠久	大多数区域海水深，浪大可亲水性不大
适合休闲度假游	污染日益严重，开发影响了保护
部分景点海滩设施齐全，开发程度高	酒店档次参差不齐，卫生环境差
海洋美食多，海味物美价廉	

数据来源：各大旅游网站游客点评统计

大部分游客都认为阳江滨海旅游拥有良好的自然环境，物美价廉，海岛、景区景点相对完善，但也提出了现状海滩开发污染严重、假日拥堵交通不便等问题。

（三）广东区域滨海城市对比分析

1. 市场区位

广东滨海旅游区域性市场主体来自广州、深圳、东莞、佛山等珠三角核心城市游客。游客出游半径通常在 3-4 小时车程范围，即粤西到阳江，粤东到汕尾，超过这一地理范围后游客到访的距离衰减规律十分明显。

因此，这一地理范围内的阳江满足了区域市场主体体验滨海旅游新鲜感的需求，更容易受到珠三角游客青睐。

表 3-3 市场区位对比一览表

旅程距离	滨海城市目的地
1-1.5 小时旅程	广州、深圳、东莞
1.5-3 小时旅程	惠州、中山、珠海、江门
3-4 小时旅程	阳江、汕尾

阳江市场区位优势：区域出游市场黄金半径点，比茂湛更近的距离，比广深更好的空气，更好的海。

2. 资源禀赋

广东滨海旅游可划分为六种类型：

- 生态滨海旅游区
- 休闲渔业滨海旅游区
- 观光滨海旅游区
- 游艇旅游区
- 海岛综合旅游区
- 度假滨海旅游区

通过建立滨海旅游资源开发潜力评价模型体系，采用德菲尔法对广东省三大海洋经济区的滨海旅游资源进行评估。

表 3-4 资源禀赋一览表

区域	城市	生态	观光	度假	游艇	海岛综合	休闲渔业	区域资源特色

珠三角滨海区	珠海	★		★	▲		▲	游艇旅游、休闲渔业
	江门		●	●	▲	★		游艇旅游
	广州	▲	★					生态旅游
	东莞		●					观光
	深圳	▲	●	▲	▲	★		生态、度假、游艇旅游
	惠州	▲		▲	▲	▲	★	生态、游艇旅游、海岛度假
粤东滨海区	汕尾		▲	★				观光、度假
	汕头	★	★	★		▲	★	海岛度假
	潮州	●		★		●	●	度假
粤西滨海区	湛江	▲	★	★	★	▲	●	生态旅游、海岛、滨海度假
	茂名	▲		★		●		观光
	阳江	★	●	★		▲	▲	休闲渔业、海岛综合度假

注：在评价等级中满分为 10 分，8-10 分为一级▲，6-8 分为二级★，6 以下为三级●

参考资料：广东省社会科学院海洋经济研究中心课题组《广东省滨海旅游业调研报告》

【阳江两大资源优势】 品牌资源：海陵岛旅游度假区

特色产业：休闲渔业

【待挖掘优势】 海上丝路凸显国际化及唯一性

3. 发展现状

目前，全省沿海城市接待游客前五名广州、深圳、珠海、东莞、惠州全部集中于珠三角区域，其中广深两地的滨海旅游收入总和占比半数以上。基于此《广东省滨海

旅游发展规划》明确了 14 个滨海旅游城市的滨海旅游发展方向，为各个区域的差异化均衡发展提供的指引。

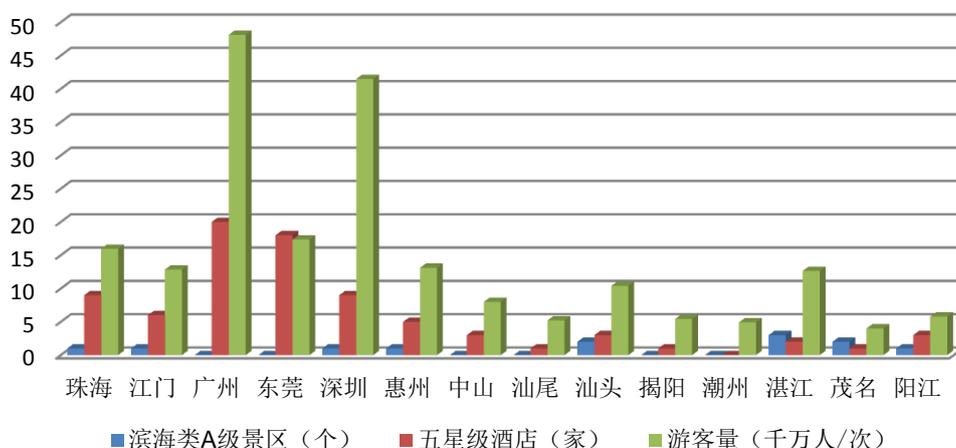


图 3-9 2012 年广东省滨海城市旅游发展统计

表 3-5 广东省滨海城市对比一览表

城市	发展定位	产品特点	重点滨海旅游区
珠海	国际商务休闲旅游度假区	主打“休闲度假”为主题的滨海旅游产品	情侣路滨海观光区、众多岛屿
江门	海岛旅游目的地	以川岛休闲度假产品为主，观光、专项产品为辅	上下川岛
广州	有滨海特色的国际旅游目的地	滨海观光、高端滨海旅游产品	南沙新区
东莞	滨海城市观光	以滨海观光为主，少量的休闲度假产品	长安滨海新区
深圳	国际滨海旅游城市	滨海度假、国际会议、休闲娱乐集一体	前海、大小梅沙
惠州	粤港澳地区顶级滨海休闲度假基地	重点开发滨海休闲度假、水上运动专项旅游产品	巽寮湾
中山	岭南水乡文化旅游目的地	海洋温泉-游艇休闲度假、商务会议旅游产品	南朗镇
汕尾	现代化滨海旅游新城、省水上体育运动基地	主打运动休闲的多元化滨海旅游产品	红海湾滨海旅游产业园区

汕头	区域性滨海旅游中心城市	滨海度假、高端滨海旅游配套产品	南澳岛、中信龙虎滩
潮州	粤东重要的滨海生态休闲旅游目的地	滨海休闲度假及渔家体验	大埕湾滨海旅游度假区
揭阳	揭阳旅游的重要组成	滨海观光旅游、渔家乐和海防文化体验	澳角炮台、海角甘泉
湛江	国际著名的滨海旅游休闲度假目的地	兼具各类滨海旅游产品及特色的滨海度假产品	五岛一湾滨海旅游产业园区
茂名	国内一流的滨海旅游目的地	重点发展滨海休闲度假产品	放鸡岛、浪漫海岸
阳江	国际知名、国内顶尖的生态与历史文化旅游岛	以海上丝路文化、滨海休闲度假、康体养生产品为主	海陵岛

参考资料：2012 年《广东省旅游年鉴表》、2011 年《广东省滨海旅游发展规划》

阳江海陵岛享有“东方夏威夷”之美称，是中国最美十大海岛之一，拥有“南海 I 号”整体打捞宋代沉船这一世界级文化名片。阳江滨海旅游现状在全省中等偏上，依托海陵岛，前景看好！

4. 区域借鉴分析

表 3-6 区域借鉴一览表

评价因子	惠州巽寮湾	汕头南澳岛
------	-------	-------

概况	位于惠东县南部的巽寮镇稔平半岛拥有亚婆角等等原生态岸线资源核心位置，距离广汕公路（324 国道）仅 7 公里，距离深汕高速公路白云出入口 21 公里。巽寮湾是粤东数百公里中海水最洁净的海湾之一。除了一类的海水及沙滩沙质外，海滩上软细洁白的海沙含硅量高达 99%。有“天赐白沙堤”美誉。集山、江、湖、海、泉、瀑、林、涧、岛为一体，融自然景观与人文景观于一身。	南澳岛是东南沿海一带通商的必经泊点和中转站，“海上互市”的称号。南澳岛上生长着 1400 种热带和亚热带植物，岛上有国家森林公园。南澳岛的青澳湾沙质细软，海水清澈，盐度适中，是广东省两个 A 级沐浴海滩之一。有亚洲第一岛屿风电场，有文物古迹 50 多处，寺庙 30 多处。具有“海、史、庙、山”相结合的立体交叉特色，南澳岛曾举办过全面摩托艇明星大奖赛、广东省第九届运动会帆板赛等许多大型活动。
旅游特色	湛蓝的海水、洁白的沙滩、魔幻的海底、奇异的岩石、质朴的渔民、诱人的海鲜……	海滩、海滨浴场、森林、古迹、海鲜
热门景点	海龟湾、海滨温泉、三角洲岛、巽寮湾海滨旅游区、永记生态园、平海古城、双月湾	宋井、青澳湾旅游区、金银岛、总兵府、南山寺、屏山岩
旅游产品	海上运动、潜水、垂钓、风帆、帐篷露营、露天酒吧、沙滩足球、沙滩排球、沙滩摩托、篝火表演、野生海鲜、户外拓展、海上酒吧	以海洋文化为特色、开发渔家风情游、珍珠文化节、尝鲜、出海垂钓、岛屿观光
存在问题	缺乏持续性的旅游度假配套	公共交通不发达、城市发展缺乏特色

【阳江可借鉴点】海上运动、浪漫沙滩、美食美“摄”、渔民生活
发掘文化资源、生态旅游与生态产业相结合

5. 小结

资源优势：优质原生态滨海超长海岸线，一流海岛综合度假资源禀赋。

组合优势：国内领先的休闲渔业产业，珠三角区域出游市场黄金半径点，山、岛、江、泉、港、湾、城的组合。

垄断优势：海上丝绸之路文化中心。

阳江滨海旅游大有可为，阳江的优势在海，潜力在海，希望也在海！

七、发展瓶颈

（一）战略意识问题

1. 战略定位问题

旅游产业发展意识不强，旅游与城市关系认知不够，区域产业发展战略定位不清，阳江城市风貌与滨海旅游城市相距甚远，旅游产业集中在景区，优质岸线资源现在仅作低层次的第一产业开发，海陵岛房地产与旅游产业之间失调，阳东区东平镇发展核电工业等。阳江需要进一步明确旅游产业作为阳江战略性支柱产业的定位，明确阳江各个区域产业发展方向，按照滨海旅游城市的定位，进行阳江城市扩容提质建设。

2. 全民意识问题

旅游业是提高人民生活指数的产业，是拉动产业，是形象产业。

目前，民间旅游投资不足，农民、渔民投入旅游业创业增收热情亦不足。近年来，阳江旅游投资力度不断加大，多元化旅游投资格局正在形成，特别是各类民间资本加快向旅游领域聚集，已成为推进阳江滨海旅游开发建设的重要力量。因此发展旅游的意识需要加强，要充分认识民间资本在推动旅游业发展中的重要作用，进一步提高对民间资本投资旅游业重要性的认识，积极引导民间资本全方位投资旅游业发展领域。

3. 部门协调问题

滨海旅游开发的综合性和政策性很强，管理体系复杂，涉及到旅游、公安、海防与口岸、海事、海关、边检、航管等多个部门，目前阳江尚未建立专门针对滨海旅游的监管体系，未明确经营、管理主体，行业管理效率较低。

（二）市场问题

1. 市场定位与产品契合度问题

市场定位不清晰，产品亦跟不上市场更新换代的新趋势，导致产品供给与市场不契合。如以海陵岛三大房地产为例，各自为政，市场定位不清晰，同时滨海旅游配套服务设施未达到国际化水准，现存的住宿设施结构不合理，餐饮、购物、娱乐等设施大部分档次偏低，产品没充分整合开发，导致旅游产品供给与旅游市场不契合。

2. 市场开拓力度不够

阳江市旅游形象尚未树立，海陵岛的旅游资源潜力还没充分释放出来，旅游品牌效应尚未形成。

目前，阳江旅游形象主要靠原始的人对人的传播手段来建立，营销推广上没有鲜明的旅游形象支撑，在报纸、电视和广播等大众传播媒介的广告宣传投入很少，因此效果不佳。阳江旅游与阳江的景区在珠三角地区的宣传力度还待加强。

（三）淡旺季问题

1. 滨海地区旅游季节性明显

受季节气候的影响，滨海地区旅游季节性明显。阳江滨海旅游淡旺季问题突出，夏季游客众多，冬季较为冷淡。目前，国际上还未有很有有效的措施彻底解决淡旺季问题。但可通过拉长各季节延展性，在产品、营销上适当做出调整，做到旺季仍旺，淡季不淡。

2. 以观光产品为主，受季节影响较大

开发多元化、适应市场需求的旅游产品；发展节事旅游、文化旅游、会展旅游等受天气影响较小的旅游产品。

开发海洋+温泉、海洋+田园、海洋+山地等互补型旅游产品，缓解淡旺季的问题。

（四）产品问题

1. 产品单一问题

目前拥有优质的滨海旅游资源、生态旅游资源和核电旅游资源，但目前还没能充分整合利用，资源优势没得到有效发挥；产品结构也不尽合理，需要进一步优化升级。如果海陵岛要发展国际旅游岛，那有关工业资源是否要撤出。

岛屿现开发产品资源同质化严重，大角湾、十里银滩、金沙滩、闸坡等海岛沿线都以沙滩、海湾、海水为主，文化内涵渗透不足，产品单一低端，资源同质，部分闲置，不成体系，近距离重复现象严重，缺乏核心亮点产品。

海陵岛产品以前都是低端为主，随着保利酒店的进入，现在刚刚步入中高端时期，处于转型发展时期，需不需要打造一个国际化的风格，海陵岛的发展，需要一些具体核心的项目，海陵岛乡村旅游如何打造，也是问题。

2. 产品定位不明确问题

工业发展影响生态环境。高新区以工业产品发展为主，工业发展产生的工业废气、废水和固体废物都会对区内的环境产生一定的影响，进而影响旅游环境。

3. 滨海旅游项目未形成主体问题

阳西五大湾（蓝袍湾、白沙湾、河北湾、月亮湾、沙扒湾）可亲水性不强。滨海旅游活动较少，会展、节庆、赛事等处于起步阶段，数量、规模和影响力还有待进一步提升。

阳东珍珠湾目前保护良好，还未大片开发，要保护海岸线及考虑退线问题。

（五）旅游公共服务问题

1. 交通通达性问题

阳江交通基础设施薄弱，主要表现在交通运输力不足、交通便捷性差等方面。阳江虽然地处粤西门户，但市区至今没有连接客运铁路，也没开通机场和客运港口，客源主要通过沈海高速、西部沿海高速等运输方式进入，造成旅游者交通成本高、时间

长，部分旅游景区景点可进入性不强。这也导致当前阳江客源市场仍以临近都市的短线游客为主，境外和省外游客相对较少，旅游停留时间短暂而集中。

部分景区设施老化，配套设施也尚未完善等。这些都成为制约阳江旅游进一步发展的瓶颈。

2. 软性旅游服务的问题

滨海旅游配套服务设施尚未达到国际化水准，现存的住宿设施结构不合理，餐饮、购物、娱乐等设施大部分档次偏低，市政、游客服务中心、旅游交通等配套设施不足。

滨海旅游人才支撑不足，旅游服务从业人员水平参差不齐，从业人员服务意识淡薄，服务水平较差，缺乏海洋科技创新人才储备。

旅游监管不力，滨海旅游餐饮、住宿、旅游项目价格、质量、卫生标准、安全等缺乏统一的监管主体，旅游市场亟待规范。

（六）布局问题

1. 缺乏全局统筹意识

各景区景点，大地产各自为政，缺少必要的整合。近年来，保利、恒大、敏捷等多家大型房地产企业纷纷涌入阳江海陵岛，虽然为旅游进行了高规格、高品质的房地产开发，但由于当地人收入有限，房产多为外地投资者所购，房屋长期处于空置状态。本应丰富多彩的海陵岛海岸线，却给游客缺乏滨海的活力之感。

2. 分工不明确

各个景区之间，各自为政，既没有明确分工也没有合作关系，都是按照一个模式来复制。如东湖跟阳江温泉，本应是一个旅游基地+游憩空间，是一个非常好的旅游度假体系，但现状缺乏合作互动关系。

（七）居民问题

1. 旅游收益分配机制不均衡

目前，阳江旅游投资商开发了不少大型旅游项目，但本地居民未从中受益，形成

谁开发谁就受益的局面。旅游收益分配的不均衡性造成本地居民与投资商的收入分配差距不断扩大,影响居民对旅游业的感知,同时削弱了居民对旅游业积累的支持能力,使旅游业的增长后劲不足,从而阻碍旅游业和整个国民经济的发展。

2. 社区参与程度不足

居民对旅游影响的感知及态度,是影响旅游业可持续发展的关键因素之一。真正的社区参与是一个动态过程,社区居民应从旅游规划开始,到旅游开发、旅游活动的组织、旅游收益的分配,全程参与,参与形式应随着情况变化不断调整。目前,当地社区居民的主动性不够,参与旅游创业的程度较低。社区参与严重不足,极大地制约了阳江旅游业建设进一步发展。

（八）开发与保护

1. 工业、港口物流产业与旅游、环境保护的矛盾

阳江整体产业结构以工业为主,受大工业框架等因素影响,滨海旅游资源保护面临困难。

目前,虽然阳江工业、港口物流产业对经济发展起到了较大的推动作用,但是也带来一定的负面效应,例如运输体系的发展,加重了环境污染。在评价工业、港口物流对经济的贡献时,还应考虑与旅游、环境保护有关的指标,如生态、能源、污染、拥挤、噪音等。

2. 旅游开发与滨海环境保护之间的矛盾

政府对旅游发展失控,旅游开发与滨海环境保护之间的矛盾突出,由于旅游的开发,港口、码头、运动基地、滨海旅游项目的建设地开展,对滨海和海域生态环境带来了极大的负担,滨海资源开发与保护协调不够,缺少资源可持续发展计划,缺少对红树林、沙滩、海洋生态环境等脆弱的生态系统的有效的保护手段,海洋生态环境和海洋旅游产业的良性发展面临挑战。

第四章 旅游资源分析

一、重点滨海旅游资源

（一）自然景观

阳江市濒临南海，沿岸发育的优质滨海沙滩有 20 多处，总长 51.8 公里。海滩大小不一，形态各异，都是水碧沙净的优质海滩，其中以大角湾风景最佳，十里银滩规模最大，被评为大世界吉尼斯之最——中国最大的滨海浴场。月亮湾以沙质纯净而独具特色，沙滩沙几乎为纯石英砂而呈银白色，是一处极具开发潜力的旅游度假胜地。马尾岛和力岸湾滩平水浅，波浪不兴，是老少咸宜的戏水乐园。北洛湾、塘坑湾和力边湾沙滩小巧玲珑，山环水抱，环境清幽，是建设高级别墅和游艇俱乐部的好地方。南鹏岛、大镬岛、三山岛、大树岛和青洲岛都是南有悬崖峭壁，北有浅水沙滩，可开发具野趣的海岛生态旅游。

此外，阳东的大沟海头沙滩和阳西的溪头海滩，规模极大，但沙滩含有少量淤泥，以致水色略显混浊，只能作为当地群众的海水浴场。

表 4-1 阳江市滨海沙滩一览表

景区名称	沙滩名称	位置	滩长(公里)	宽度(m)	坡度(°)	砂质	水质	风浪	景观特点
闸坡旅游区	大角湾	海陵岛闸坡东南	2.48	60~150	2~4	特优	优	大	金黄沙滩，滩长湾深，二山拱卫，景观美、层次丰富
	马尾岛	闸坡西南	1.25	30~600	1	特优	优	平静	金黄沙滩，滩阔水浅，山峦环抱，风平浪静，可观夕照
	北洛湾	闸坡南面	0.6	60~150	2~4	特优	优	较大	小巧玲珑，环境清幽，腹地较阔
金沙滩旅游区	金沙滩	海陵岛平章南面	2.0	80~120	2~4	优	优	大	金黄沙滩，视野开阔，腹地广阔
	那谢湾	金沙滩西侧	1.25	80~120	2~4	优	优	大	同上

	塘坑湾	海陵岛东南端	0.55	50~120	2~4	优	优	较大	小巧玲珑，环境清幽，观日出佳处
	力边湾	海陵岛东端	0.4	50~120	2~4	优	优	较大	同上
	力岸湾	海陵岛东北端	1.55	60~500	1	优	优	较平静	滩阔水浅，岛山拱卫，风平浪静，可观日出
十里银滩旅游区	十里银滩	海陵西南	7.4	60~250	2~4	优	优	很大	金色长滩，一望无际，十分壮观
	石角湾	海陵南面	2.1	60~180	2~4	特优	优	较小	沙白浪小，流雪涌翠
	地拿湾	石角湾东面	1.1	80~150	2~4	优	优	较小	
	三山岛	石角湾外	0.4	60~120	2~4	优	特优	较平静	海阔滩平，世外桃源
月亮湾旅游区	月亮湾	阳西县沙扒镇东南	5.8	50~180	2~4	特优	特优	大	沙白水净，滩长，气度非凡，极美且壮观
	沙扒浴场	沙扒镇东南	1.5	100~200	1~2	良好	良好	较平静	
	青洲岛	沙扒南面海中	0.3	50~120	2~4	优	特优	较平静	海阔滩平，世外桃源
河北旅游区	前滩	阳西县上洋镇东南	2.0	50~150	2~4	优	优	大	沙白水净，沙坝高大，可滑沙
	后滩	前滩西侧	1.0	50~120	1~2	良好	良好	较平静	
	大树岛	后滩南面	0.3	50~120	2~4	优	优	较平静	海阔滩平，世外桃源
青湾仔旅游区	青湾中	阳西溪头镇西南	0.5	50~100	2~4	优	优	较大	
	青湾南	青湾中之南侧	0.4	50~100	2~4	特优	特优	较大	
	青湾北	青湾中之北侧	0.7	50~100	2~4	良好	优	较大	
珍珠湾旅游区	珍珠湾	阳东区东平镇西南	1.4	200~400	1~2	优	良好	中等	滩宽水浅
	大镬岛	南鹏列岛北段	0.6	30~80	2~4	优	特优	中等	
	南鹏岛	南鹏列岛南段	0.3	30~80	2~4	优	特优	中等	
其它旅游区	海头浴场	阳东区大沟镇南面	11	80~160	1~2	一般	一般	较大	长滩无边，十分壮观，但沙中含泥，水色略浑
	面前海滩	阳西县溪头镇西南	16	80~160	1~2	一般	一般	较大	巨型长滩十分壮观，但沙中含泥，水色略浑

（二）海洋文化

阳江作为滨海城市，拥有种类繁多，异彩纷呈的文化资源，独特的热带滨海、厚重的历史文脉、多姿的民族风情、多彩的民俗艺术、时尚的度假资源，交织呈现了阳江的大海洋文化。

历史上阳江曾是海上丝绸之路的重要补给港和货物中转港，孕育了悠久而灿烂的大海洋文化，拥有“南海 I 号”这一独一无二的文化品牌。阳江加快海洋文化与旅游产业融合，整合利用更加多元的文化资源，提升现有文化旅游产品，深入挖掘特色海洋文化，创新发展海上丝绸之路文化、渔家文化、妈祖文化、节庆文化等海洋文化旅游产品，构建阳江大海洋旅游产品体系。

1. 海上丝绸之路文化

1987 年发现的南宋古船“南海 I 号”全球瞩目，被考古学界誉为“海上敦煌”，“南海 I 号”原是行走在海上丝绸之路的一艘远洋商船，全长 30 多米、宽 10 米、型深 3 米多。文物界专家和考古学家认为，“南海 I 号”最终出水，其价值和影响力将不亚于西安秦始皇兵马俑。

（1）文化特色

“南海 I 号”是一艘南宋时期的木质古沉船，沉没于广东阳江市东平港以南约 20 海里处，是目前发现的最大的宋代船只。1987 年在广东阳江海域发现，初步推算，“南海 I 号”古船是尖头船，整艘商船长 30.4 米、宽 9.8 米，船身（不算桅杆）高约 4 米，排水量估计可达 600 吨，载重近 800 吨。现已出水 2000 多件完整瓷器，汇集了德化窑、磁灶窑、景德镇、龙泉窑等宋代著名窑口的陶瓷精品，品种超过 30 种，多数可定为国家一级、二级文物。出水瓷器带有明显的异域风格，被认为是宋代接受海外订货“来样加工”的产品。专家从船头位置推测，当时这艘古船是从中国驶出，赴新加坡、印度等东南亚地区或中东地区进行海外贸易。这艘沉船为复原海上丝绸之路的历史、陶瓷史提供极为难得的实物资料，甚至可以获得文献和陆上考古无法提供的信息。

（2）发展现状

“南海 I 号”保护发掘工作全面启动。2013 年 11 月 28 日下午，“南海 I 号”保护发掘

启动仪式在广东阳江“广东海上丝绸之路博物馆”举行。国家文物局、广东省文化厅、省文物局、考古研究所、阳江市人民政府等部门有关领导出席了仪式，国家文物局童明康副局长宣布“南海 I 号”工作进入全面发掘与保护的新阶段。

为确保“南海 I 号”保护发掘项目的科学、严谨和安全实施，童明康副局长对“南海 I 号”保护发掘项目提出了四点要求：一是以高起点、高水平和高标准为出发点，努力把“南海 I 号”考古发掘与保护项目做成代表我国水下文化遗产保护和水下考古最高水平的示范项目；二是以加强合作、探索创新和严谨求实为基础，努力让“南海 I 号”考古发掘与保护项目成为出经验、出成果的平台；三是要严格按照国家文物局批准的“南海 I 号”保护发掘方案，认真完成年度工作任务，并根据工作成果合理调整文物保护方案；四是要建立规范有序的宣传制度，及时发布“南海 I 号”的相关消息与最新成果。

2. 渔家文化

大澳渔家文化村位于东平镇东南。大澳为一古渔港（渔村），秦时属南部郡，汉时属合浦郡，史称“六澳之首”，是当时广东十大渔港之一。明代大航海家郑和率领船队七下西洋曾从此经过。中国古代“海上丝绸之路”从始发港广州至出口港徐闻，大澳是个必经的重要港口。

（1）文化特色

阳江有大面积的临海区域，渔业发展历史悠久，渔民在生活中也形成了浓厚的渔家文化。在一代代渔民千百年来用心血和汗水打造的渔家文化中，包含着独特的民风民俗，有生活习俗、生产习俗、节日习俗、礼仪习俗等。

渔船在出海之前，渔民总要到海神娘娘庙前烧香烧纸，磕头许愿，求娘娘保佑平安；早年的渔船上还设有香童，专职给供奉在船上的海神娘娘像烧香上供，以示敬重。阳江还有一个特色婚礼习俗——查家婚俗。查家婚俗主要表现在男女未订婚的船家，女家放置一盘花于船尾，男家则置一盘草于船尾，以此招媒人撮合婚事。查家人有一种自娱自乐的渔歌文化——咸水歌，又称咸水叹、叹哥兄、叹姊妹、叹家姐。早在明末清初咸水歌就已流行在阳江地区一带。人们为调剂生活，增加友情，逐渐形成了一种对歌酬答的习俗。主要用独唱、随编随唱、对唱等形式歌法。咸水歌本是男唱女答的情歌，但查家只有“哭嫁”前才由母女、姐妹、伴娘等女性对唱，称为“叹家姐”，这是查家婚俗中最精彩的节目。

（2）发展现状

2001 年，阳江市启动“广东历史人文资源调查”，普查发现距东平镇仅 3 公里的大澳村，占地 648 公顷，还保存着 680 多米清末时期的前店后坊式的旧街，有 300 多户基本完好的古渔民居、疍家棚居、古商会、古炮台等，而且阳江八景之一的“葛洲帆影”，著名的“海角琼楼”、“海上日出”等自然景观也坐落其中，像大澳这样一个保存完整的古渔港，在全国尚属罕见，让人们体会到海水潮汐、渔家沧桑。现在向游客开放的有“全国首家渔家民俗风情馆”、“爱国主义教育基地”、“古渔民居群”、“大澳万人坟”、“明清一条街”、“疍家棚居”、“古商会旧址”、“古炮楼”、“海岸月湖”等人文景观，以及“海上日出”、“葛洲帆影”、“海角琼楼”、“海湾椰韵”等自然风光景观。

东平镇旧镇区是渔港区，在渔港码头附近，一艘艘渔船满载而归，有热闹的街景风光，清新的市井风情，但街道十分老旧，总是显得拥挤而嘈杂，深入骨子里的渔家文化，因资源整合不好，缺乏亮点，对游客吸引力不高。

3. 妈祖文化

（1）文化特色

海神信仰在远古先民的信仰文化中十分普遍，其中以妈祖信仰的影响最为深远。妈祖是海上航行的保护神，妈祖文化沿海上漕运航线传到南海沿岸，并与阳江当地文化相融合，与城市发展形成良性互动，妈祖文化迅速得以传播，逐渐成为当地的民众信仰，同时，妈祖文化的传入也为阳江聚集了人气，促进了城市的繁荣和发展，形成了庙与城良性互动、相得益彰的态势。

（2）发展现状

阳江历史上具有一定规模的妈祖庙有 30 多座，至 2006 年，现存且对外开放的妈祖庙有 13 座。其中市郊石角天后宫、儒洞天后宫和闸坡大角天后宫被莆田湄洲祖庙确认为分灵庙，并加入中华妈祖文化交流协会。阳江北津港天妃庙，是明代广东三大海神庙之一，明末清初岭南文学家屈大均为之撰写《阳江天妃庙碑》，可惜古庙毁于 20 世纪 30 年代。

石角天后宫：位于阳江市郊东南三里的漠阳江畔，始建于清雍正十三年(1735)，此后多次重修。古宫占地约 700 平方米，为两进一天井的清代砖木结构建筑。正门对联曰：“泽沛

莆田超漠海，灵分湄岛镇鼐江”。1966年古宫改建作他用；1984年，在几位妈祖热心人士的努力下，开始着手重修；2004年7月，从湄洲祖庙请回一尊木雕妈祖像，成为湄洲祖庙分灵庙。10多年来，春秋两诞致祭，香火旺盛。

儒洞天后宫：位于阳西县儒洞正街，始建于清道光五年(1825)，落成于道光八年(1828)。工程浩大，是阳江市历史上规模最大的一座天后宫。古宫为三进砖木结构建筑。正门对联为：“圣德配天，湄洲道范；母仪称后，海国慈航”。1957年前，建筑占地面积达2760平方米，宫前空地约7000平方米，设大小戏台四个；1958年后，空地变为私人住宅。文革中，古宫神像被毁；1991年修葺后对外开放；从1994年起，每年农历三月二十三日举行游神祭祀妈祖活动，每隔六年举行一次大型醮会；2006年冬举行的首届妈祖文化旅游节，盛况空前。

东平天后宫：位于阳东区东平镇福兴街，是目前阳江市整体建筑保存最完好的一座天后宫。始建于清康熙年间，咸丰二年(1851)重建，占地575平方米，大门对联为：“湄岛钟灵，恩敷南国；熙朝显圣，泽溥东平”。该宫因长期被水产站占用，整体建筑未损。2002年8月，来自全国各地参加“第五次(阳江)海洋文化研讨会”的50多位专家学者到此参观题词，对该宫的价值给予了高度评价。

平冈天后宫：原为明万历年间所建的慈恩寺，当地素有“先有慈恩寺，后有平冈墟”之说。由于年久失修，古寺在建国前已倾圮。因寺内原设有天后宫、三圣堂等殿宇，2005年11月，当地信众在原寺址上改建为天后宫，2006年9月竣工，建筑面积270多平方米。大门对联为：“覃恩浩荡深如海，后德巍峨独配天”。宫前有“日月”、“乾坤”两口古井，落成后，香客络绎不绝，这是阳江市内佛寺改建天后宫的一个典型案例。能在一个古镇边兴建起一座天后宫，原因一是附近没有天后宫，而当地是半渔半农经济地区，信仰妈祖的人不少；二是交通便利，天后宫就在江闸公路主干线旁边，经过环境的美化，使之成为了当地的一个妈祖文化旅游区；三是天后宫负责人人缘好，得到了当地妈祖信众的信任。

4. 节庆文化

(1) 发展现状

阳江开渔节，又称为中国南海开渔节，至今已连续举行12届，每年7月底8月初在闸坡国家级中心渔港举行，一年一度的南海伏季休渔期结束，千艘归港休渔的渔船全部扬帆出港捕鱼。当天，通过千帆竞发、民间祭海、放生、文艺晚会、渔家婚嫁庆典、千人骑车游海

陵、油画展、男子篮球赛等系列活动，展现独具地方特色的海洋文化。进一步提高海陵岛的知名度，促进海陵岛海滨旅游、“海”字文化的发展。连续举办十二届的南海（阳江）开渔节，已逐步成为弘扬海洋与渔业文化、开展渔业交流与合作、推动海洋文化产业和旅游业发展的平台，并被列入广东省 12 个节庆之一。

渔家婚嫁庆典巡游：作为广东省非物质文化遗产的闸坡疍家婚俗演示是开渔节上展现渔家文明的重头戏，它撒播于粤西滨海和内河区域的水上居民日子的一个共同水上文明表象。其烦琐的礼仪，共同的服饰、头饰、发饰、深夜时分接新娘，对日子赞叹的咸水歌等，充满了浓郁的疍家渔民水上日子的共同风味，体现了疍家渔民对哺育爸爸妈妈的恩惠和婚姻的注重，以及对美好日子的追求和期望。

渔家大宴：开渔节上，最让人垂涎欲滴的莫过于渔家大宴了。500 桌渔家大宴大约有 5000 人参与。宴席菜谱除了原有的渔家珍肴、鱼饭、渔家小吃、海味鲜汤等，还添加了渔家特征的松鼠鱼。其次，阳江有俗语“无鸡不成宴”，还添加一道以鸡为质料的好菜。渔家大宴约请渔民、来宾和水产品加工、出售、后勤效劳公司等参与渔家大宴，为渔民美好的日子祝愿。5000 余人将在海边路上齐啖渔家美食，同享渔家高兴。

咸水歌扮演：在渔家大宴上，带着铜锣帽、身穿渔家服饰的渔民将逐个登台演唱咸水歌。还有民间歌手参与，经过独唱、对唱、小组唱方法，充分展现阳江市深沉的疍家文明和浓郁的海边民意习俗，传承海陵岛非物质文化遗产，歌颂渔民作业的丰功伟绩。

祭海典礼：祭海典礼是阳江开渔节主要内容之一，也是最具文化特色的活动，充分体现“欲取之，必先予之”的传统思想，增进人与大海“共荣共损”和“保护海洋就是保护人类自己”的理念。经过气势恢宏的规划，营建翻天覆地、动人心弦、赋有震撼力的局面，抵达庄严肃穆、纯洁忠诚、人海合一、六合调和的境地。

开船仪式：每届开渔节上，局面最壮丽的莫过于最终的开船仪式。打扮得花团锦簇的渔港内，1000 多艘渔船开足马力，行将驶向碧波荡漾的海洋，这是一副雄壮现象。

二、滨海旅游资源分类和统计

（一）旅游资源分类

根据国家标准《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972—2003)，采用查阅资料、

现场踏勘、重点详查与座谈访问相结合的方法，对阳江市旅游资源单体进行调查与分类整理，得到阳江市的旅游资源单体分类表。

从表 4-2 可知，阳江市的旅游资源类型有主类 8 个，全国有 8 个，占分类标准的 100%；亚类 26 个，全国 31 个，占分类标准的 83.87%；基本类型 73 个，全国 155 个，占分类标准的 47.10%，资源单体共 323 处（个）。

表 4-2 旅游资源单体分类表

类别	主类	亚类	基本类型	资源单体
自然 旅游 资源 (103)	A 地文 景观 (64)	AA 综合 自然旅游 区 (31)	AAA 山丘型 旅游地 (8)	罗琴山、草王山、龙高山、望夫山、紫罗山、长令仙 山、烂头岭、桐油山
			AAD 滩地型 旅游地 (22)	狮子湾、白沙湾、月亮湾、河北前滩、河北后滩、百 里银滩、海头浴场、珍珠湾、塘坑湾、石角湾、十里 银滩、神前湾、平章湾、南湾、那谢湾、灵谷湾、力 壁湾、旧澳湾、地拿湾、大角湾、北汀湾、北洛湾
			AAE 奇异自 然现象 (1)	海面神奇蓝光
		AB 沉积 与构造 (1)	ABF 矿点矿 脉与矿石聚 地 (1)	钨金矿
		AC 地质 地貌形迹 (13)	ACE 奇特与 象形山石 (8)	北津独石、渔夫石、鸳鸯情石、砧板石、猩猩望月、 女巫石、南海灵龟、将军石
			ACF 岩壁与 岩缝 (1)	鹰仔嘴
			ACL 岩石洞 与岩穴 (1)	仙女洞
			ACN 岸滩(3)	花岗岩石蛋地貌岸滩、滨海砾石滩、大塘口
		AE 岛礁 (19)	AEA 岛区 (18)	西矾石、三山岛、南鹏岛、马尾岛、老鼠岛、黄程山、 虎仔、蝴蝶洲、龟山、大镬岛、二镬岛、大树岛、树 中岛、树尾岛、丰头岛、青洲岛、自由岛、双山岛
			AEB 岩礁 (1 个)	人工鱼礁

	B 水域 风光 (24)	BA 河段 (4)	BAA 观光游 憩河段 (4)	漠阳江、丰头河、儒洞河、织箕河
		BB 天然 湖泊与池 沼 (5)	BBA 观光游 憩河段 (1)	苑山湖
			BBB 沼泽与 湿地 (4)	盐渍农田、红树林湿地公园、大湾海岸沙泥滩、北洛泻湖
		BC 瀑布 (2)	BCA 悬瀑 (2)	大水田瀑布、东水碧水潭瀑布
		BD 泉 (8)	BDA 冷泉 (1)	南鹏水泉
			BDB 地热与 温泉 (7)	塘口热水温泉、周南温泉、儒洞氡温泉、大洲村咸水温泉、阳西咸水矿温泉、大八温泉、新洲沸泉
		BE 河口 与海面 (5)	BEA 观光游 憩海城 (3)	环岛滨海、鸡母、丰头围
			BEC 击浪现 象 (2)	银滩击浪、崖婆击浪
	C 生物 景观 (12)	CA 树木 (10)	CAA 林地 (7)	红十月农场、竹眼顶林区、大八林场、阳江林场、温泉茶场、万亩果园、人工桉树林
			CAC 独树 (3)	木麻黄林和相思树林、百年古榕树、白树
		CD 野生 动物栖息 (2)	CDC 鸟类栖 息地 (2)	海岛候鸟栖息地、白鹭栖息地
	D 天象 与气 候景 观 (3)	DA 光现 象 (1)	DAA 日月星 辰观察地 (1)	海上日出
DB 天气 与气候现 (2)		DBA 云雾多 发区 (2)	海上平流雾、紫罗烟霞	
人文 旅游	E 遗址 遗迹	EA 史前 人类活动	EAA 原始聚 落遗址 (2)	新石器遗址、洗村遗址

资源 (220)	(22)	场所 (4)	EAC 文物散落地 (1)	鹰山遗址	
			EAD 原始聚落遗址 (1)	那洋村窑址	
		EB 社会经济文化活动遗址遗迹(18)		EBA 历史事件发生地 (1)	南海 I 号沉船点
				EBB 军事遗址与古战场 (4)	阳江之战旧址、闸坡古炮台、解放初期军事遗址、太平城遗址
				EBD 废弃生产地 (2)	扫杆岭瓷窑遗址、大坳瓦窑遗址
				EBE 交通遗迹 (4)	大澳渔港、乐安驿、大沟古桥、石山桥
				EBF 废城与聚落遗迹 (4)	双鱼城遗址、织笄墟、塘口古镇、北津城遗址
				EBH 烽燧(3)	那龙烽火台、三丫烽火台、五摩山烽火台
	F 建筑与设施 (152)	FA 综合人文旅游地 (61)	FAB 康体游乐休闲度假地 (12)	金山公园、鸳鸯湖公园、颐江公园、小港湾山庄钓鱼台、南方假日滨海浴场、东方银滩欢乐广场、河北度假村、鸿运山庄、刘三尖漂流、丰苑山庄、农夫山庄、珍珠湾滨海浴场	
			FAC 宗教与祭祀活动场所 (15)	祖宗祠堂、马尾北帝庙、马暖庙、灵日灵庙、灵谷庙、观音阁、吉水寺、方观寺、大垌山净业寺、普济庵、河垌庙、回隆寺、吉水寺、觉华净院、飞龙寺	
			FAD 园林游憩区域 (11)	东岳公园、北湖公园、中山公园、世纪公园、发王山公园、牛塘山汤显祖、螺洲滨海公园、海边茶园、广安公园、风电公园、西湖公园	

			FAE 文化活 动场所 (6)	阳江市博物馆、阳江学宫、闸坡渔家民俗博览馆、南海 I 号、阳江莲香民俗博览馆、大澳渔村民俗风情馆	
			FAF 建设工 程与生产地 (9)	洲仔渔排养殖基地、闸坡鱼排基地、闸坡船厂、南海放生台、南村鸡养殖基地、北汀湾吊桩养蚝、北惯青怡农场花卉基地、喜之郎工业旅游、阳东荔枝龙眼基地	
			FAI 军事观 光地 (1)	梅花地	
			FAK 景物观 赏点 (7)	镇海亭、望海亭、马尾观景亭、将军帽岛礁、假日观景台、葛洲帆影、捷坝惊涛	
		FB 单体 活动场馆 (2)	FBB 祭拜场 所 (2)	谭氏宗祠、许氏宗祠	
		FC 景观 建筑与附 属型建筑 (23)	FCA 佛塔 (2)	石觉寺、大垌山万佛塔	
			FCB 塔形建 筑物 (6)	北山石塔、何王庙、南鹏航海灯塔、南海揽胜牌坊、大角咀灯塔、独石塔	
			FCH 碑碣 (林) (6)	阳江革命烈士纪念碑、影视明星纪念碑、白沙镇革命烈士纪念碑、新洲镇革命烈士纪念碑、大八镇革命烈士纪念碑、大垌山万佛塔	
			FCK 建筑小 品 (9)	渔女石像、踏浪雕塑、螺角雕塑、假日竹楼、古建水井、旱地村碉楼、清代石狮、八角亭、客家村土楼	
		F 建筑 与设施	FD 居地 与社区 (20)	FDA 传统与 乡土建筑 (7)	莳元村泥砖古屋、上洋大屋、大洲村、白水大钟楼、里坪古村、书村大宅院、大澳商会
				FDB 特色街 巷 (2)	太傅路风貌街、闸坡旅游文化街
				FDC 特色社 区 (5)	闸坡古镇、海上渔村、大澳渔家文化村、皇宋螺城、十八座民居

			FDE 书院(1)	太平七贤书院	
			FDG 特色店铺(3)	十八子集团、闸坡海螺工艺精品店、闸坡工艺贝壳店	
			FDH 特色市场(2)	闸坡海市、海陵水产品交易市场	
		FE 归葬地(6)	FEB 墓(群)(6)	太傅墓、南恩将军毓圣公墓、万人坟、小龙村背唐墓、张太傅墓、元太尉沙不丁墓	
		FF 交通建筑(11)	FFA 桥(1)	北门桥	
			FFC 港口渡口与码头(9)	闸坡渔港、雪流湾码头、灵谷小码头、戩船古澳、东平渔港、沙扒渔港、溪头渔港、河北港、阳江港	
			FFD 航空港(1)	合山机场	
		FG 水工建筑(29)	FGA 水库观光游憩区段(21)	独田水库、放鸡水库、共青湖水库、石河水库、水响水库、鸡坑水库、东岭水库、陂底水库、新湖水库、茅垌水库、长角水库、东湖水库、马岗水库、沙湾水库、夏水水库、银田水库、麻鹤潭水库、江湖水库、漠地垌水库、月亮山水库、蛤山水库	
			FGB 水井(3)	国带井、龙眼清泉、仙人井	
			FGD 堤坝段落(5)	中心渔港防波堤、海陵大堤、大埗头、双捷拦河大坝、平冈海堤	
		G 旅游商品(23)	GA 地方旅游商品(23)	GAA 菜品饮食(6)	蒲牌尖椒、炒米饼、闸坡小吃三题、鱼腐、鱼饼、猪肠碌
				GAB 农林畜产品与制品(9)	珍珠荸荠、阳西荔枝、书村香芋、五彩薯、阳西咸蛋、平堤蔗、益智、允泊藕、黄鬃鹅
				GAC 水产品及其制品(5)	闸坡海鲜制品、大澳虾酱、东平鱿鱼、程村生蚝、尖山蟹

		GAE 传统手工产品与工艺品（3）	土纸文化、雅石根雕、海产工艺制品
H 人文活动 (23)	HA 人事记录(5)	HAA 人物(5)	关山月、洗夫人、张世杰、敖昌骥、梁泮亨
	HC 民间习俗 (10)	HCA 地方风俗与民间礼仪（4）	渔家婚礼、疍家文化、咸水歌、渔家婚嫁习俗
		HCB 民间节庆（1）	端午龙舟
		HCC 民间演艺（3）	渔歌、拉地网、海陵南安舞狮
		HCD 民间健身活动与赛事（1）	风筝节
		HCF 庙会与民间集会（1）	娘妈诞
	HD 现代节庆 (8)	HDA 旅游节（4）	阳江南海开渔节、放生节、程村蚝美食节、旅游文化节
		HDB 文化节（2）	海佬节、山歌节
		HDC 商贸农事节（2）	刀剪博览会、闸坡海产品博览会



图 4-1 旅游资源分布图

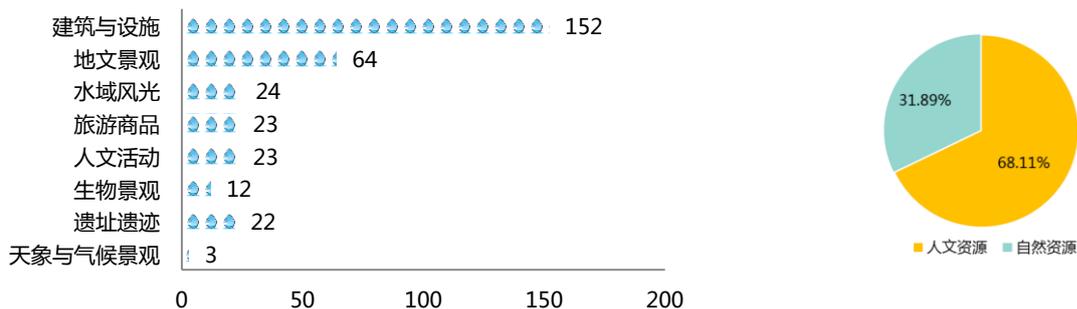


图 4-2 资源分类统计图

（二）旅游资源统计

规划区内旅游资源丰度高。包括 8 大类，73 小类，富集高品质资源单体共计 323 处（个），旅游资源类型丰富，品质优良，风光独特，美感较强，文化源远流长，资源组合有致，利于开发。

自然旅游资源（包括地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观）数量为 103 处，占总量的 31.89%；人文旅游资源（包括遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品、人文活动）数量为 220 处，占总量的 68.11%。

三、旅游资源分类评价

（一）定量评价

根据国家标准“旅游资源评价等级指标”和旅游资源单体评价总分，将其分为五级，从高级到低级为：

五级旅游资源，得分值域 ≥ 90 分。

四级旅游资源，得分值域 $\geq 75-89$ 分。

三级旅游资源，得分值域 $\geq 60-74$ 分。

二级旅游资源，得分值域 $\geq 45-59$ 分。

一级旅游资源，得分值域 $\geq 30-44$ 分。

此外还有：未获等级旅游资源，得分 ≤ 29 分。

其中：

五级旅游资源称为“特品级旅游资源”；

四级、三级旅游资源通称为“优良级旅游资源”；

二级、一级旅游资源通称为“普通级旅游资源”。

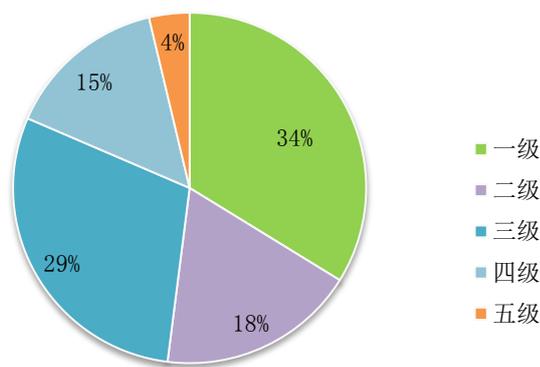


图 4-3 旅游资源等级构成图

根据旅游资源定量评价标准，共从十大方面进行评价，分别是观光游赏价值、适宜开发方向、环境背景、气候条件与适游时间、已开发建设质量、区位与可进入性、休闲娱乐设施配套、适宜开发用地条件、旅游服务环境及知名度和影响力。通过专家评价法，从评价体系中十个方面对规划区内旅游资源进行全方位的赋分评价。

表 4-3 旅游资源评价指标体系

评价因子	评价因子
观光游赏价值	观赏价值、珍稀奇特程度、历史文化价值、规模丰度及组合性等。
适宜开发方向	除观光外，开发其他旅游功能的可能，此功能的受众群体规模等。
环境背景	生态环境或者城市环境的优劣程度，生态环境是否优越，自然环境是否优美，安全性，空气质量、地表水、土壤质量等。
气候条件与适游时间	气候条件如何，是否具有避暑、避寒功能，适游时间长短等等。
已开发建设质量	基础设施是否健全、建筑与环境背景的协调程度、是否对资源环境造成破坏等等。
区位与可进入性	是否靠近交通便利的城市，以城市之间的交通距离，是否有道路情况较好的景区直达道路等。
休闲娱乐设施配套	用于开展休闲娱乐的服务设施是否丰富、完备，休闲娱乐活动是否多彩，等等。
适宜开发用地条件	可建设条件如何，适宜开展休闲度假活动的场地条件如何，等等。
旅游服务环境	社区居民对发展旅游的支持程度，服务业发展水平、服务质量、人口素质等等。
知名度和影响力	在区域范围内，是否具有一定的知名度和影响力。

充分考虑到规划区的实际情况，突破传统的旅游资源评分标准，整合同类资源，根据科学性、客观性、效益性、市场性、定性与定量相结合的原则，通过专家评价法，从评价体系中 10 个方面对规划区内旅游资源进行全方位评价。

表 4-4 资源分类评价表（单位：分）

资源类型	观光游赏价值	适宜开发方向	环境背景	气候条件与适游时间	已开发建设质量	区位与可进入性	休闲娱乐设施配套	适宜开发用地条件	旅游服务环境	知名度和影响力
地文景观	88.5	85.5	83.5	79	73.5	65	70	82.5	65	72.5
水域风光	95	93.5	95	85.5	83	80	86	89.5	82.5	88

生物景观	84	70	80	75.5	73	64	68	57.5	67.5	73.5
天象与气候景观	73.5	74	76.5	65	55	70	62.5	55	59	67.5
遗址遗迹	79.5	78.5	65.5	77.5	57.5	71	55	76	71.5	65
建筑与设施	71	85	79.5	85	71	79	75	75	78	68.5
旅游商品	85	85.5	78.5	85.5	75	76	72	80	72	78.5
人文活动	92	91	85	77.5	78	75	70	81.5	79	90

同时采用古林法（KLEE）^[1]确定 8 大指标权重，

权重矩阵 $\omega = (0.3,0.2,0.1,0.05,0.05,0.15,0.05,0.1)$

根据资源评价与权重矩阵，应用多属性决策模型计算各资源类型的综合得分：

$$z_i(\omega) = \sum_{j=1}^m r_{ij}\omega_j$$

计算结果：

地文景观综合得分 $z_1(\omega) = 76.5$

水域风光综合得分 $z_2(\omega) = 87.8$

生物景观综合得分 $z_3(\omega) = 71.3$

天象与气候景观综合得分 $z_4(\omega) = 65.8$

遗址遗迹综合得分 $z_5(\omega) = 69.7$

建筑与设施综合得分 $z_6(\omega) = 76.7$

旅游商品综合得分 $z_7(\omega) = 78.8$

人文活动综合得分 $z_8(\omega) = 81.9$

[1]确定指标权重和方案权重的基本方法，对各评价指标进行比较，据此得到各评价项目的权重 W_j

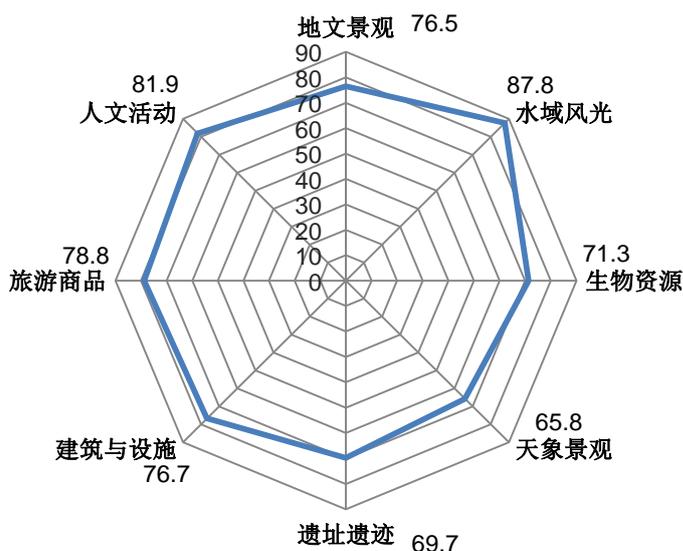


图 4-4 资源分类评分图



图 4-5 旅游资源评价图

由滨海旅游资源分类评分图可知，纯净的水域风光、特色的人文资源、丰富的旅游商品是阳江滨海旅游资源三张王牌，其中水域风光品质最高。但各种基本类型均有分布，说明阳江滨海旅游资源不仅以自然滨海风景资源见长，同时人文资源也颇为丰富。

（二）定性评价

1. 旅游资源丰富多样，资源品质优良

从资源的类型上看，阳江市滨海可开发旅游资源十分丰富，具有山、海、滩、湖等各类旅游资源，可划分为地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观、遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品和人文活动 8 个大主类，26 个亚类和 73 个基本类。阳江市滨海的地貌类型丰富，有海湾、丘陵岬角和海蚀孤丘，使得滨海旅游资源景观层次丰富。

在旅游资源评价中优良级旅游资源有 77 处，十里银滩、闸坡大角湾以及阳西沙扒的月亮湾并称为姐妹湾，是我国不可多得的几处洁净的海滩。

2. 历史文化源远流长，可挖掘潜力大

阳江市历史悠久，文化源远流长，自魏黄初元年（公元 220 年）吴孙权置高凉郡以来，已有 1783 年的历史。丰厚的历史遗存形成了独特的漠阳江流域文化，方言、风筝、民歌、服装、节庆、习俗等都具有强烈的纯地方色彩。其中，非物质文化遗产疍家婚俗更是历史悠久，据资料记载，渔民疍家始于东晋时期（阳江县志）。这些旅游文化要素已成为阳江旅游持续快速发展的主要驱动力，海上丝路文化作为重要旅游文化要素，可作为阳江建设生态型滨海旅游城市中滨海旅游新的形象主题。

滨海区域拥有大规模的人文资源较少，除“广东海上丝绸之路博物馆”外，其他人文景观规模均较小，文化内涵挖掘潜力大。

3. 沿海自然风光独特，整体美感较强

阳江市地处亚热带，拥有丰富海岛地文景观以及亚热带海岛生物景观，如海滩、岬角、海蚀孤丘等滨海地貌景观；海上自然气象奇观如霞景、旭日景、夕阳景、海上蓝光、海上云海等海岛气象景观均体现出独特的海岛自然风光特点。

近海海域和滨海礁滩构成风景主体，同时拥有山、林、湖泊、岩等景观资源，形成由海域——陆域——天空依次变化的景观层次，具有集海、天、地为一体的景观资源特色。美中不足的是滨海整体景观布局协调性和设计美观度有待进一步加强，这样才能充分体现亚热带滨海景观的独特美感。

4. 资源集散组合有致，利于整合开发

从分布区域上看，资源分区分布特点明显。优质海滩集中分布在海陵岛，大面积优质的海滩把海陵岛的东部和南部海岸连成长长的一片，利于集中开发；阳西拥有优质的温泉资源；阳东自然风光独特，江城区是全市的政治、经济、交通和文化中心。资源集散组合特点有利于集中定位开发。

阳江市的滨海旅游资源开发主要集中在海陵岛，江城区、阳西县、阳东区的沿海地区资源和丰富的人文资源、森林资源未得到充分、合理的开发。如阳东现状仅局限于山水观光、休闲娱乐等粗放型的低层次开发，许多历史遗址、古村古街和特色文化旅游资源未能有效利用，旅游资源的优势、浓厚的地方文化特色未能充分体现出来。这需要进一步的整合开发。未来开发中，须避免与其他地区的滨海旅游项目雷同，使自身的整体旅游资源整合独特，特色鲜明。

四、阳江全市旅游资源概况

（一）自然景观

阳江市依山临海，地貌类型丰富多彩，自然风光秀丽宜人。具有开发价值的自然景观主要有水碧沙净的滨海沙滩、千姿百态的岩溶景观、温润宜人的温泉资源、清新幽旷的高山森林和旖旎秀丽的江湖风光。

（二）人文景观

阳江的历史较为悠久，魏黄初元年（公元220年）置高凉郡，并分置安宁县（今阳西）始，至今已有1783年的历史。在漫长的历史沿革中，至今仍保存有不少历代文化遗址和一些独特的地方民俗风情，其中具有旅游开发价值的主要有文化遗迹、城市新貌和民俗风情三大类。

五、旅游资源概述

本规划应用旅游资源最新理论，针对阳江市的具体情况，结合《旅游资源分类、调查与评价》的国家标准，从地文景观、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、人文活动，对阳江市的滨海旅游资源进行分类评述。

（一）地文景观类旅游资源

地文景观有 10 个基本类型，资源单体 64 个。地文景观主要分布于山地和海岸，资源品位高。海陵岛山地连绵起伏，形态优美，林木翠绿，拥有草王山、华山（俗称竹眼顶）、牛塘山、交鬓顶、望寮岭、马尾山、弧丘铁帽仔、大角山、飞鹅岭、烂头山等，其间分布点缀水库山塘，兼备山岩、湖泊、花木之美。海陵岛海岸地貌可谓独具特色，在海浪、潮汐等海岸动力的作用下、形成形态各异的海滩、岬角以及海蚀洞、海蚀穴、海蚀崖、海蚀蘑菇、海蚀柱等。

（二）水域风光类旅游资源

水域风光有 8 个基本类型，资源单体 24 个。其中温泉资源突出，水库资源最多，分布较分散，但资源品级不高，应在往后的景点开发中，多考虑与水库资源结合，充分利用现有资源；其次，观光游憩海域开发程度较低，但自然生态自然环境保护须加强力度，沿海人为垃圾污染明显。

（三）生物景观类旅游资源

生物景观有 3 个基本类型，资源单体 12 个。资源品质高，其中，以国家海洋公园、程村红树林（国家级）旅游区、南鹏岛为主，资源禀赋高，资源单体特出。

（四）天象与气候类旅游资源

天象与气候景观有 2 个基本类型种，资源 3 个。阳江市属亚热带气候，雨量充沛，气候温和。年平均气温 23 摄氏度，适合避暑度假。海上日出、海上平流雾、紫罗烟霞等神奇的天象景观具有美学艺术观赏价值，对游客具有很强的吸引力。海陵岛的马尾夕照、大角旭日、金龟望月等天象景观已成为阳江风景名胜景点。

（五）遗址遗迹类旅游资源

遗址遗迹有 9 个基本类型，资源单体 22 个。遗址遗迹类单体众多，是阳江悠久文化历史的有力见证，如南海 I 号沉船点、大澳渔港、那洋村宋窑、闸坡古炮台等。

（六）建筑与设施类旅游资源

建筑与设施类有 25 个基本类型，资源单体 152 个，在基本类型和资源单体是最多的，其中以休闲度假景观最为丰富，等级高，知名度大，如闸坡古镇、大垌山净业寺、十里银滩、东方银滩、闸坡渔港、东平渔港、沙扒渔港、阳江港、渔女石像和大澳渔家文化村等景点在省内都享有盛名。

（七）旅游商品类旅游资源

旅游商品类有 4 个基本类型，资源单体 23 个。此类资源以海产品占绝对优势，“渔家三宝”和“闸坡小吃三题”（鱼丸、鱼面、鱼饭）、“一夜埕、烈火干柴、生死恋”咸鱼、大澳虾酱、东平鱿鱼、程村生蚝、阳西咸蛋等体现了阳江滨海饮食文化特色，这有利于发展滨海美食旅游。

（八）人文活动旅游资源

人文活动类有 9 个基本类型，资源单体 23 个。其中“风筝节”、程村“蚝情节”、“开渔节”、“旅游美食节”等具有独特的文化内涵，是阳江滨海旅游发展的根本动力，具有巨大开发潜力。

六、小结

以海为核心资源，注入文化优先发展；以岛为品牌资源，重点提升休闲度假；以渔为特色突破口，延伸产业链条；以江为串联纽带，串联市区与景点；以泉带动人气，突破养生度假市场；以山为有效补充，丰富产品类型。形成海、岛、渔、江、泉、山为一体，复合型国际一流滨海休闲旅游度假目的地。

第五章 市场分析和定位

一、市场分析

（一）世界滨海旅游市场分析

滨海度假产品将成主流：滨海度假旅游将逐步取代滨海观光旅游成为国际滨海旅游的主体，“深度”旅游兴起，游客不再追求到此一游。

滨海旅游市场趋于细分：滨海旅游产品市场更加细分化。除了传统的滨海观光旅游、滨海度假旅游和商务旅游外，特殊旅游、专题旅游更有发展潜力，如探险旅游、购物旅游、奖励旅游等。

滨海旅游方式灵活多变：滨海旅游散客化使旅游方式的形式多样化，占有越来越重要的市场份额，也迫使服务设施建设不断完善。

健康旅游需求扩大：当今世界已进入绿色经济、生命科学、健康管理时代。阳江市独特的海岸、森林、温泉资源具有良好的养生功效。

（二）国内滨海旅游市场分析

全民旅游时代：2014年国内旅游人数约36.1亿人次，同比增长10.7%；国内旅游收入约3万亿元，同比增长15.4%。

散客化时代：传统旅游模式难以满足个性化的要求。据权威专家判断，全行业中，国内旅游通过旅行社组团进行旅游的比例不到5%。大量人群均通过自由行，甚至网上流行的“散族”等方式完成旅游活动。

产品休闲化时代：随着我国经济的持续快速增长和人民生活水平的不断提高，在传统的观光旅游持续增长的同时，休闲度假旅游也快速发展。

短途化时代：随着汽车的普及、“黄金周”的缩水将使居民改变以往的长线出游计划，“短线游”成为旅游市场的重要力量。

旅游体验时代：旅游者开始转向追求那些富有活力、具有鲜明特点的旅游目的地，喜欢那些轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式。

（三）阳江旅游市场分析

阳江旅游市场规模保持着稳定快速发展，滨海旅游市场占据主导地位。2014 年阳江市全年接待游客突破 1400 万人次，旅游总收入突破 150 亿元，其中滨海旅游接待游客突破 1200 万人次，占总人数比例达到 84.8%，滨海旅游收入突破 120 亿元，占总收入比例达 81.4%，发展滨海旅游已经具备了广泛的客源基础。

1. 阳江旅游市场发展现状

（1）客源市场基数大，增长迅速

在南海 I 号宋代沉船的发掘和旅游地产建设带动下，阳江旅游知名度快速提升，阳江迎来旅游人数与旅游收入双井喷发展时代。2014 年，阳江全市接待过夜游客 881.01 万人次，增长 25.0%，旅游总收入 153.60 亿元，同比增长 34.5%，其中入境游客 5.0 万人次。2003-2014 年，阳江滨海旅游的游客年均增长在 17%以上，旅游总收入年均增长在 23%左右。

（2）国内游客所占比重大，客源结构多元化呈现特点

阳江客源市场目前以国内市场为主，海外市场为辅，客源结构多元化的趋势明显。其国内市场部分，珠三角、西南、中部等经济发达地区依然是阳江的主要市场，东北、华北等新兴客源市场发展迅速；入境市场部分，港澳台市场依然占据绝对优势，外国人所占比例较小。

（3）国际化程度不高，停留时间较短，重游率低

2014 年，阳江市接待入境游客 5.0 万人次，仅占游客总量的 0.33%，相比马尔代夫的 93.06%和夏威夷的 35.17%，阳江滨海旅游市场国际化程度很低。游客停留时间短、对回头客的吸引不足是制约阳江滨海旅游发展的重要因素之一。应加快对滨海观光、休闲、娱乐等旅游项目的开发，加大营销力度，延长游客停留时间，增加消费。

（4）滨海休闲产品受热捧，市场需求巨大

滨海旅游产品已成为阳江的核心吸引物。对阳江市国内游客旅游动机的抽样调查显示，超过 80%的旅游者到阳江旅游是享受海水、沙滩以及海钓、潜水、水上摩托车、帆板、帆船、皮划艇、游泳等海上游乐活动。

2. 阳江旅游市场特征

（1）地域结构

阳江旅游以国内游客为主。如图 5-1 所示：阳江滨旅游的游客主要由珠三角和临近的茂名、湛江以及本地阳江的游客构成，累计比例达 89.7%，其中珠三角地区游客累计比例达 69.4%，来自珠江三角洲内部客源广州排在第一位，这与全省的情况一致，排在第二位的是地理位置相对较近的江门市。上述结果表明阳江旅游的游客绝大部分为省内游客，且主要来自经济发达的广州、珠海、佛山、深圳等珠三角核心城市以及地理位置相邻的江门、阳江、湛江和茂名地区，省内其他地市的游客较少。

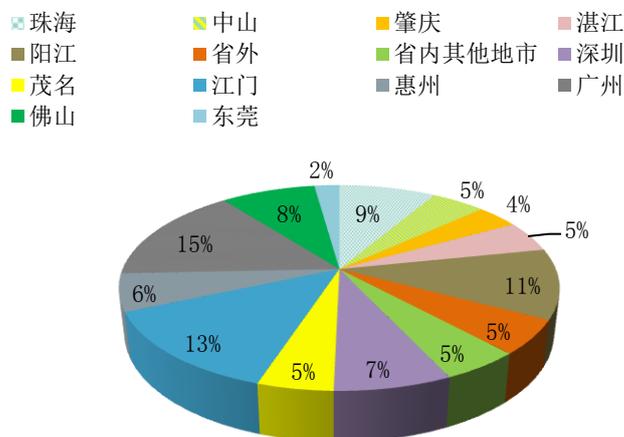


图 5-1 旅游客源结构

（2）信息来源

阳江游客多为本地居民和周边邻近地区的居民，其旅游信息来源 80%以上是从亲朋好友、旅行社以及网络获得的。游客信息获取途径单一，现阶段阳江的旅游宣传与市场契合仍有一定缺口。

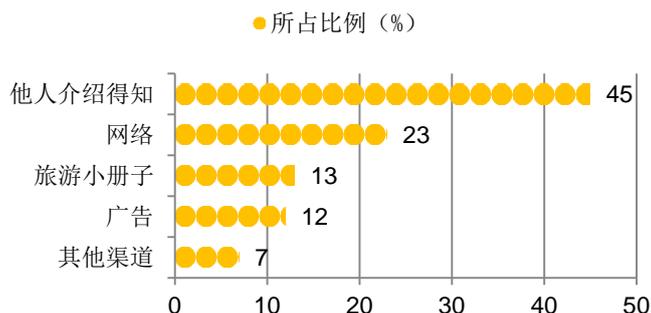


图 5-2 信息来源获取途径图

(3) 过夜接待情况

现阶段游客以过夜游游客为主，说明阳江旅游所带来的拉动性经济效益在持续发展，未来应该保持过夜比率的持续增长，提高区域旅游收入，通过设置不同的景点，分散游客。

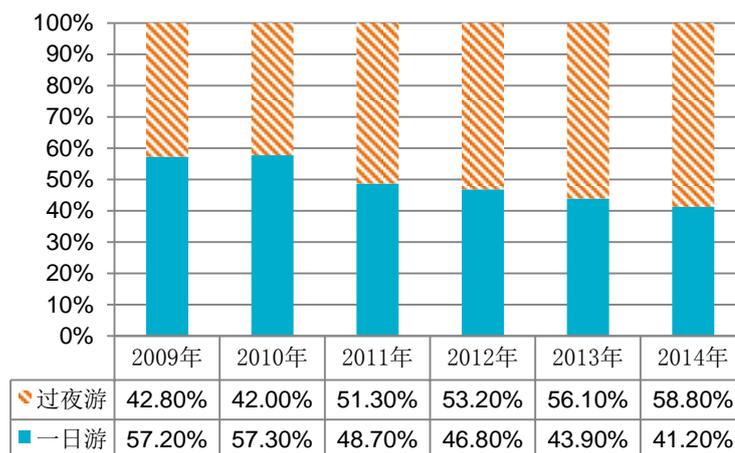


图 5-3 2009-2014 年过夜游与一日游比率图

二、市场大数据分析

1. 市场人群特征

根据百度指数的大数据分析，目前阳江的市场高敏感度区域有明显的“近域性”的特征，以广深、佛山为主的近域发达城市群市场，是阳江滨海旅游的重要市场。

➤ **地域分布：（城市）** 广州、深圳、佛山、东莞、中山等。

（省域）广东、湖南、广西、北京、福建排名前五。

➤ **人群属性：** 年龄层主要集中在 20-39 岁之间，以男性为主。

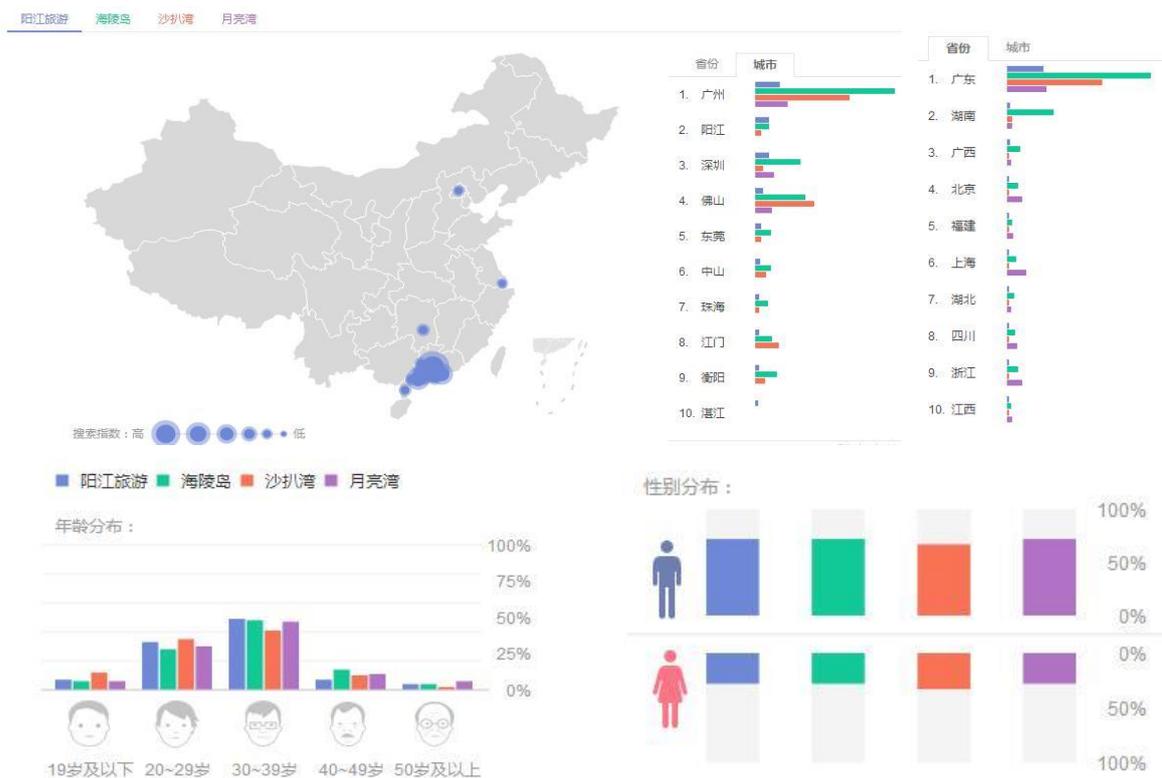


图 5-4 阳江滨海旅游市场人群特征分析图

（数据来源：百度指数统计【2011 年 3 月-2015 年 11 月】）

2. 市场趋势与需求

(1) 市场趋势

以阳江旅游、海陵岛、沙扒湾、月亮湾为关键词进行搜索，明显海岛及海湾类型景点搜索热点显上升趋势，海陵岛认知度及热度远超其他景区，各沿海岸线旅游也逐步受到关注，说明滨海旅游景点是阳江旅游的热点，阳江滨海旅游蓄势待发。

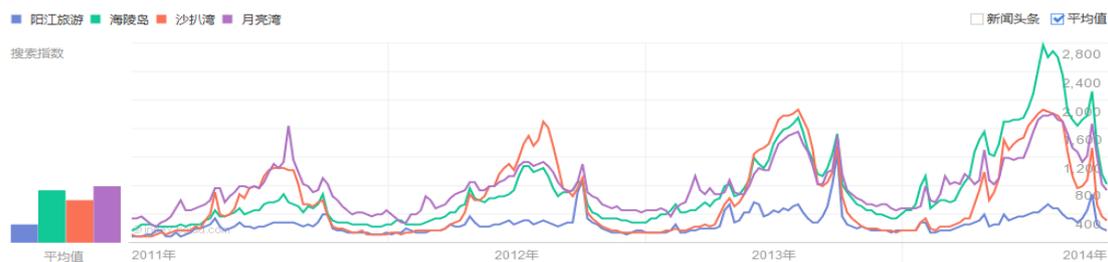


图 5-5 阳江滨海旅游市场搜索热点分析图

（数据来源：百度指数统计【2011 年 3 月-2015 年 11 月】）

（2）消费需求

① 兴趣爱好



图 5-6 兴趣爱好结构图

阳江滨海旅游市场出游人群偏向于户外一族、居家主妇、与摄影爱好者、数码一族。

② 消费层级

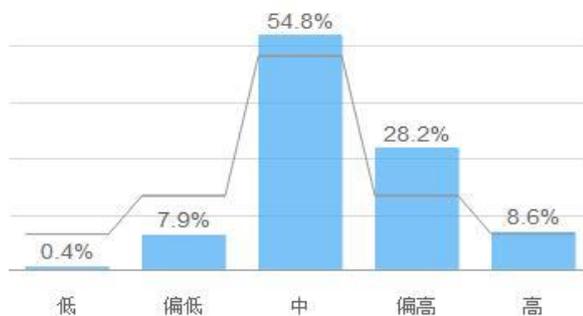


图 5-7 消费层级结构图

阳江滨海旅游消费层级偏中高。

三、市场定位

从客源市场现状、旅游资源禀赋以及与客源地区的关系来判断，阳江滨海旅游主要以立足珠三角、服务全中国、面向全世界为市场开发策略。立足珠三角，打造与市场需求相契合的产品，巩固提升港澳台市场；服务全中国，服务中国滨海旅游度假市场，重点深化西南地区、长株潭城市群，拓展泛珠三角及高铁、高

速沿线市场；面向全世界，拓展俄罗斯、欧美地区等滨海旅游度假客源地。依托世界一流滨海资源，做大滨海观光游览、休闲度假产品。

（一）国内市场

1. 珠三角地区

（1）市场特征

珠三角地区经济发达，居民生活水平高，出游能力强，出游势头强劲，人均旅游消费高，是阳江滨海旅游的核心市场。2014 年，珠三角地区生产总值达 57802.43 亿元，占全省 85.26%；人均 GDP 达 90721 元，并且该地区距离阳江车程在 3 小时以内，旅游时间短，市场信息传递快，市场极为广阔。

珠三角市场出游频率极高，游客思维敏捷，开拓性强，好新奇、刺激，能吃善玩，海岛度假、海边亲水等滨海旅游产品市场受宠。珠三角居民国内游主要有以下特点：

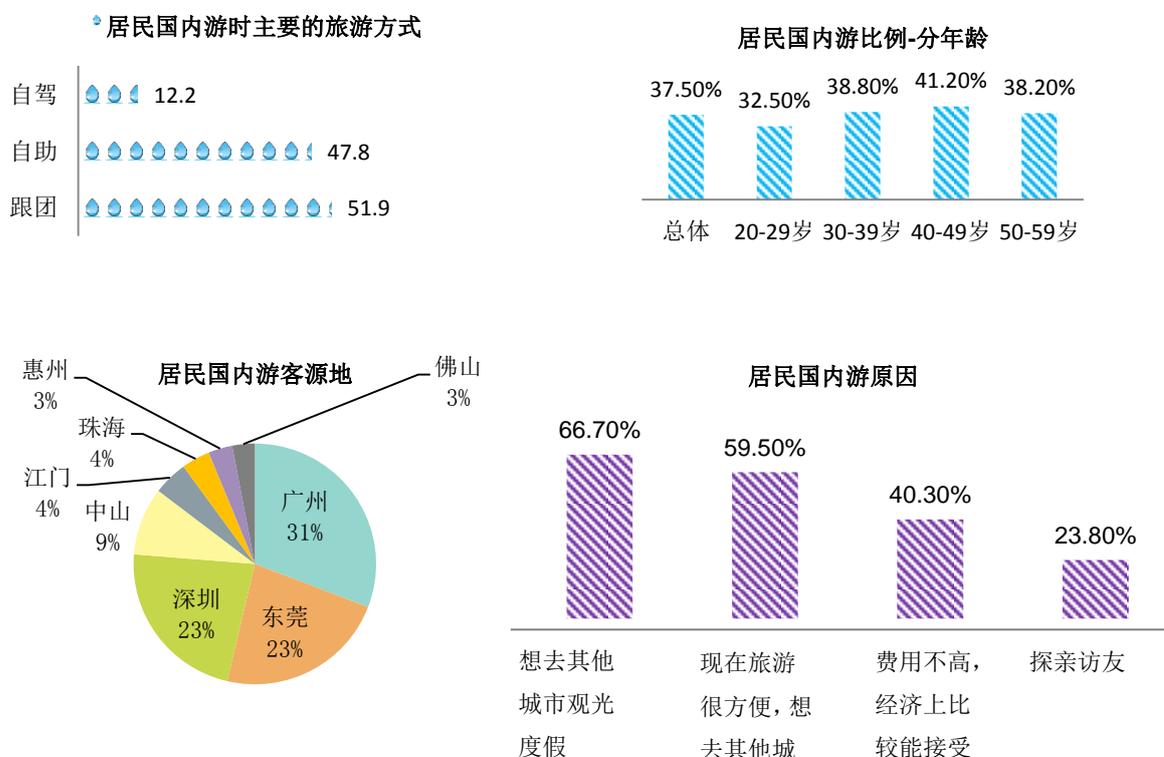


图 5-8 珠三角市民出游特征分析图

- **出游方式：**现阶段跟团游仍然是珠三角居民国内游的主要方式。

- **群体特征：**珠三角各城市相比，广州、东莞、深圳拥有更多的居民参加国内游，是广东居民国内游最大的客源地。分年龄来看，30-39岁、40-49岁居民更乐于参加国内游。
- **出游目的：**总体来看，居民选择国内游的主要原因是想去其它城市观光度假。

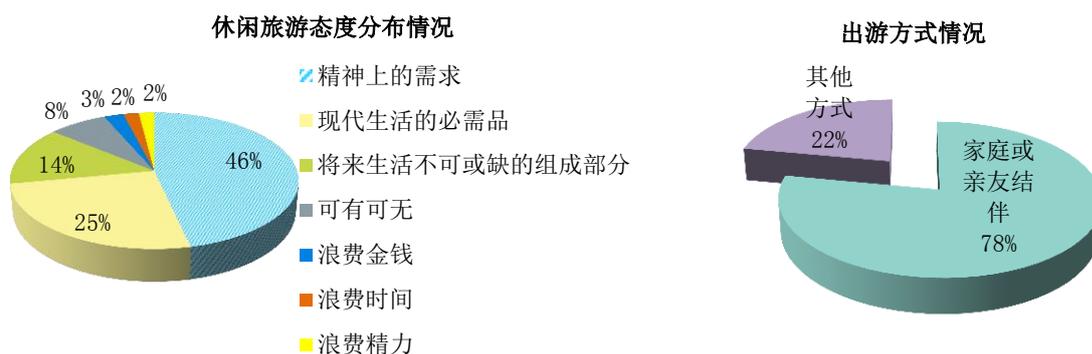
（2）开发策略

依托珠三角地区经济发展水平高、临近阳江的优势特点，推出滨海度假游、海洋文化体验游、黄金周短线游、会议会展旅游、海洋康体养生度假游、邮轮旅游、游艇旅游、低空旅游产品等新型、高端旅游产品。另外通过加强与本区域的旅行社合作，融入区域滨海黄金游线。

2. 大西南旅游经济圈

（1）市场特征

该区域人们对休闲旅游的态度是十分积极。据调查，大西南地区旅游者将休闲旅游视为现代生活的必需品、将休闲旅游视为精神上的需求、认为休闲旅游是将来生活不可或缺的组成部分，占据了86%，反映出了当前人们对待休闲旅游持有积极态度。



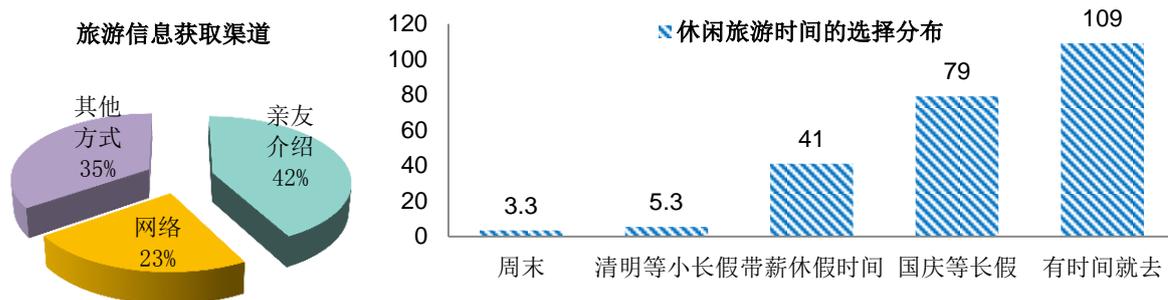


图 5-9 大西南出游特征分析图

(2) 开发策略

针对出游时间的随意性，增加四时旅游产品，满足游客需求。

顾客偏好与家人、亲戚朋友以及同事、同学集体出游，休闲旅游开发与规划多开发适合集体体验、体现亲情和友情的休闲旅游项目。

重视顾客之间的口碑传播，利用家人、亲戚、朋友、同事、同学等之间的关于休闲旅游的体验、经历等的信息交流和沟通，为休闲旅游项目进行推广和市场开拓。同时，针对不同的职业群体（细分市场）采取有效的广告媒体，提高广告效果。

关注休闲旅游顾客行为特征的职业差异化，实施差异化营销。

3. 长株潭城市群

(1) 市场特征

相较全国最重要的 11 个城市群旅游竞争力，长株潭城市群大市场特点在于旅游消费潜力旺盛，并且对文化及文化创意产业有兴趣的休闲旅游市场潜力巨大。长株潭城市群总体呈现以下五大特点：

出游目的	选择比例	项目期望	选择比例
休闲娱乐	45%	野营露营	18%
增长见识	26.0%	登高爬山	16%
观光	17.7%	骑马	11%
探险	7.6%	溶洞森林探险	11%
疗养	1.5%	山涧垂钓	10%
购物	4.2%	攀岩	8%
产品偏好	选择比例	徒步	7%
自然景观	51.5%	郊外派对	7%
清静休闲	30.4%	狩猎	6%
山石景观	26.2%	滑草	6%
健身运动	16.2%		
古庙景观	13.9%		
山林探险	13.9%		
农家生活	10.9%		

图 5-10 长株潭市民出游特征分析图

- **出游方式：**偏好于家人、亲戚结伴出游的自助游。
- **旅游消费：**旅游消费较成熟理性，主要体现在更重视旅游安全性，出游时间、交通方式、住宿意向都比较理性，以自身舒适为主，并不盲目跟风、追求奢华。
- **出游目的：**主要是为了休闲娱乐，身心得以彻底的放松，要求清静、休闲的旅游环境，对环境的关注要高于旅游目的地旅游吸引物的本身。
- **出游距离：**打破了一般的旅游客源距离衰减曲线，只要有足够大的吸引力，依然会成为游客的首选。
- **产品偏好：**旅游产品的偏好具有与常住旅游环境相反的追求倾向，偏好于自然景观和休闲娱乐型旅游产品。

(2) 开发策略

阳江滨海旅游拥有良好的自然景观，尤其是滨海景观，针对本区域的市场需求应加速开发户外运动观光产品，以海上丝绸之路文化展览、娱乐类产品满足游客增长见识的需求，并利用自身优势开发如滨海山地运动、低空飞行、帆船、潜水、探险等项目。

4. 泛珠三角及高铁、高速沿线

泛珠三角及高铁、高速沿线旅游市场为阳江市滨海旅游拓展市场。泛珠三角地区覆盖了中国 1/5 的国土面积和 1/3 的人口，经济总量占全国的比重超过 1/3，市场广阔，可以大力拓展泛珠三角旅游市场。随着京广、贵广、南广高铁的开通运营，加上深茂铁路阳江段的建设，以及广湛高速、罗阳高速和沿海高速等高铁、高速沿线将会串起巨大的旅游市场，阳江滨海旅游的发展必将迈上一个崭新的台阶。突出阳江滨海旅游特色，与西南地区的高原及盆地景观和温冷气候形成反差，主打滨海度假、海上休闲娱乐、海上运动、水下运动、游艇及邮轮旅游、海洋文化旅游、婚庆旅游、冬季避寒产品。

（二）入境市场

1. 港澳台地区

港澳台地区作为阳江入境重点市场，经济发达、城市人口众多、语言文化相通、旅游消费购买力强。以两岸三通和直航、泛珠三角一体化等战略为机遇，针对港澳台地区旅游资源禀赋有限的特点，通过大力发展粤港快线，推出白领周末充电游、企业奖励游、黄金周短线游、海洋康体养生度假游等高端旅游产品。

2. 俄罗斯与欧美地区

俄罗斯及欧美地区是阳江滨海旅游拓展的入境客源市场，这些地区居民收入较高、出游意愿强烈、旅游消费能力强，虽然目前这些游客来阳江旅游机会不大，但随着阳江滨海旅游产业的发展不断完善、知名度不断提高，阳江完全可以争取一部分游客过来旅游。重点突出阳江滨海旅游特色，与其他发达地区的历史文化资源形成反差，主打滨海度假、海岛度假、邮轮旅游、游艇旅游、养生度假、低空旅游、海洋文化等产品。

四、细分市场

（一）按旅游动机

1. 滨海观光市场——现实主攻提升市场

观光旅游仍然是当今旅游的核心动机，在近期阳江滨海旅游业发展进程中，观光旅游仍将在阳江滨海旅游市场中占据比较重要的地位。阳江市在今后的市场发展规划中，应依然将之列为重点之一，如海岸观光、海岛观光、港口观光等。

2. 海洋文化体验市场——现实特色潜力市场

海洋文化是阳江滨海旅游产业最大的特色之一。阳江市历史悠久，文化多样，形成了海洋文化、渔家文化、妈祖文化、节庆文化、民俗文化、生态文化等多样文化共存局面，根据市场需求导向，文化转化产品难易度，市场的耦合度等，海洋文化的文化包容性最强，开发潜力最大。

3. 高端滨海度假市场——现实新兴潜力市场

高端滨海度假旅游是国际旅游的趋势。阳江市良好的生态环境、滨海资源、山地资源等，将构成阳江休闲度假旅游产品体系的重要组成部分。而滨海度假作为休闲度假的重要组成，具有避暑、休闲、沙滩运动、戏水等的组合优势，尤其对内陆市场具有独特的吸引力。

4. 海洋生态旅游市场——现实主攻提升市场

海洋生态旅游已经成为全球旅游的热点。阳江市的自然资源中拥有众多具有绿色休闲特点的海洋、海岛、森林、山、水库等多种自然要素，各自然要素在景区组合良好，开发海洋生态旅游具有较好的资源基础。而海洋生态旅游对于国内外市场具有广泛的吸引力和号召力。

5. 海洋运动市场——未来特色提升市场

海洋运动在近几年发展迅速。阳江市可充分依托资源条件，发展海洋及山林康体运动，吸引阳江本地市场及到阳江旅游的顺访市场。

依托海陵岛旅游度假岛，开展海上体育运动与休闲运动，如帆船帆板运动、水上摩托、滑水板、冲浪板、水上自行车等，打造阳江海上休闲运动基地。

依托阳江市便利的交通，在青洲岛、南鹏列岛建设露营地，发展户外运动旅游。

6. 商务会展市场——未来特色潜力市场

随着珠三角经济圈经济的快速发展，地区间的经济往来也日益频繁，商务会议旅游市场将得到快速推进。阳江市外向型经济主体更是带动国际商务会展业发展，随着阳江会议设施的完善，其商务会议与公务旅游市场将快速成长。

（二）按出游方式

1. 自驾车旅游市场——未来新兴潜力市场

散客化是中国旅游市场的一大趋势，而自驾车则是散客旅游最重要的一支。以阳江周边最重要的城市广州为例，2014年年末广州民用汽车保有量达到270万辆，比上年年末增长9.2%。路况情况和出游距离是自驾车旅游者出游考虑的主要因素，游客平均出游距离在389公里。自驾车旅游一般在2-3日，大多选择能够与自驾游相匹配的地方住宿，以阳江为中心500公里范围内属于阳江市的自驾车潜在客源市场。

2. “背包族”市场——未来拓展潜力市场

背包族主要是以“驴友”为主体的散客市场。该群体出游率高，消费能力强，且数量规模呈扩大化趋势，在细分市场中不可忽视。阳江市应开发建设海滩、海岛露营地，与该群体旅游方式相配套。

五、市场预测

随着国内大众旅游的兴起，阳江建设国际旅游度假目的地，拥有独特的世界级资源优势，同时适应游客多样化、个性化需求的旅游产品格局逐步形成，将吸引更多的国内外游客；通过进一步的合理规划开发，提高市场营销能力，进一步拓展国内外客源市场，作为珠三角旅游圈重要组成部分的阳江市滨海旅游市场将会日益繁荣。

（一）预测依据

影响阳江市滨海旅游业发展规模的因素很多，既有国内外政治、社会经济和自然环境因素，还有旅游产品价格、旅游者的偏好和阳江市旅游交通可进入性等综合因素。阳江市的滨海旅游业有巨大的发展和提升空间，为了科学合理的预测阳江市规划期内的 development 规模和速度，依据以下多方面的因素对阳江市的滨海旅游游客量和滨海旅游收入进行预测。

1. 预测基础

延续性原理：市场的发展具有连续性、延伸性；

因果性原理：任何市场结果都有导致的原因，因出必有果；

类推性原理：可以用市场相似的现象解释、预测类似的市场行为。

2. 预测方法

预测公式：旅游总收入=旅游总人数*平均消费

参照近年阳江市滨海旅游人数增长速度以及旅游收入增长速度，并依据旅游目的地生命周期理论，对阳江市滨海旅游收入与旅游人数增长速度进行预估。2009—2014年，阳江市滨海旅游接待海内外游客从518.85万人次增加到1270.24万人次，年均递增19.36%；滨海旅游总收入从26.97亿元增加到125.71亿元，年均递增33.60%；全市旅游接待量、人均消费、过夜人数将在一段时间内保持20%以上的高速增长。

同时参考全国旅游发展趋势以及阳江市周边地区旅游发展趋势因素，对数量结果进行定性修正。近中期快速增长，远期趋于平稳。

（二）预测结果

在不考虑国内外政治、经济、社会、自然灾害等不确定因素产生的影响下，采取趋势外推法对阳江市 2015-2025 年滨海旅游发展规模和速度进行预测，2015-2017 年为近期建设，2018-2020 年为中期建设，2021-2025 年为远期建设，考虑到阳江市滨海旅游业处于初步开发状态，近期旅游业的增长速度可能较快，较不稳定，因此需逐年预测，而中远期，根据国内外成熟地区的发展规律，游客人数达到一定规模后，将从数量上的增长向旅游效益增长转型，游客接待总数将趋于平稳增长，因此采用区间预测，详见下表：

表 5-1 阳江市滨海旅游人数及旅游收入预测表

年度		2014 年(基 期)	2015年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
旅 游 人 数	接待量 (万人 次)	1270 .24	1429. 02	1600. 50	1792. 56	2016. 63	2268. 71	2552. 30	2756. 49	2949 .44	3185. 39	3376 .52	3612. 87
	增长率 (%)	12.1	12.5	12.0	12.0	12.5	12.5	12.5	8.0	7.0	8.0	6.0	7.0
旅 游 消 费	人均消 费(元)	989. 7	1059. 15	1122. 51	1238. 77	1266. 30	1324. 83	1375. 47	1472. 26	1590 .59	1686. 32	1804 .05	1949. 04
	增长率 (%)	11.2	7.02	5.98	10.36	2.22	4.62	3.82	7.04	8.04	6.02	6.98	8.04
旅 游 收 入	旅游收 入(亿 元)	125. 71	151.3 5	179.6 6	222.0 6	255.3 7	300.5 7	351.0 6	405.8 3	469. 14	537.1 6	609. 14	704.1 7
	增长率 (%)	36.3	20.4	18.7	23.6	15.0	17.7	16.8	15.6	15.6	14.5	13.4	15.6

第六章 案例分析

一、新加坡

（一）旅游发展概况

新加坡位于东南亚，是马来半岛最南端的一个热带城市岛国，面积为 699.4 平方公里，地处太平洋与印度洋航运要道一马六甲海峡的出入口，由新加坡岛及附近 63 个小岛组成。新加坡的旅游业占 GDP 的比重超过 3%，旅游业是新加坡外汇主要来源之一。游客主要来自东盟国家、中国、澳洲、印度和日本等地。据新加坡旅游局统计，新加坡在 2013 年接待的游客为 1560 万人次，收入达 235 亿新元，比前年增长了 2%。

（二）关键词

花园城市、休闲度假、主题公园、城市景观。

（三）借鉴经验

1. 创造良好的形象

政府管理部门将旅游形象提升到战略高度给予了极高的重视。结合本国实际和未来发展目标，斥巨资研究、设计、推广国家或城市的旅游形象，确定恰当的旅游形象定位和设计，并通过各种宣传手段来提升和扩大其旅游形象。

2. 营造和谐的人与自然关系

新加坡政府在旅游资源的开发和建设方面首先考虑的是是否对环境和生态造成破坏，并以此为标准进行城市发展总体规划和分区规划，对现有资源哪怕是小到一棵树都通过严格的立法加以保护，尽最大限度保持旅游资源的独有特色。

3. 独具特色的旅游产品

新加坡居住人口 410 万，由华人、马来人、印度人等组成，各种背景下的文化传统在新加坡水乳交融，同时又各具特色。所以，新加坡政府采取立法和其他

措施保留了那些极具民族风情的建筑和设施，并加以完善，使之逐步形成了一个独具特色的旅游产品。

4. 实施有效的宏观调控

把旅游作为国民经济的支柱产业，全国旅游促进会是政府的旅游咨询机构，由 11 个政府部门和行业团体组成，全面负责国家的旅游事业。旅游促进局是执行机构和行政管理部门，在全球各大城市都设有办事处，注重各地市场的调查和信息的收集，大力开拓国际市场。

二、台湾宜兰

（一）旅游发展概况

宜兰县是台湾东北部地区的一个小县，全县 46 万人口，重要产业是农业和渔业。

（二）关键词

休闲农业、乡村旅游、休闲渔业、产业文化。

（三）借鉴经验

1. 善用资源

挖掘其优势资源，发挥农村及农业资源特有的生物性、季节性和实用性，以营造农场的特色。推动“一乡镇一休闲农渔区”和利用占台湾面积 1/2 以上的森林资源，发展生态旅游。

2. 维护自然环境，提供生态旅游

以“具有人文或生态特色”为目标，强调通过休闲产业的发展将生产、生活、生态融合地区产业与观光资源，构建完善绿色优质休闲产业，并整合带动地方产业文化、发展地方美食料理与特产伴手等副业。

3. 地方文化创意与旅游融合

社区彩绘工艺师发挥创意，以动物为景点路标图腾，并以双语标示，展现生态要地特色。社区滨海公路旁的墙面也由他们与苏澳荣民医院精神病患者接力彩绘，一幅幅舢舨、石头屋、苦楝树等地方图像，成为引导游人进入社区的美丽指针。

4. 利用网络营销，服务方便快捷

运用现代化的经营管理方法，如行销管理、财务管理、人力资源管理、策略联盟、餐饮管理、住宿管理，经营诊断等。游客可利用网络选择休闲农场，了解行程安排，并可直接预订餐饮住宿。休闲网站上有实景照片，游客在网上浏览就有身如其境的感觉。

三、墨西哥坎昆

（一）旅游发展概况

墨西哥坎昆位于加勒比海北部，尤卡坦半岛东北端海滨，是一座长 21 公里、宽仅 400 米的美丽岛屿，总占地约 60 平方公里，20 公里长海岸线，以白沙滩为主。整个岛呈蛇形，西北端和西南端有大桥与尤卡坦半岛相连。隔尤卡坦海峡与古巴岛遥遥相对。

（二）关键词

玛雅文化、休闲渔业、国际会议中心、滨海度假胜地。

（三）借鉴经验

1. 灵活的开发模式

（旅游）经历三次升级，原始观光——增添基础旅游项目——融进主题娱乐项目；（度假）从度假旅馆——专业的度假物业——销售型度假产品，度假物业和旅游项目的发展是交替发生，保持一定原始风格建筑。

2. 多元旅游产品

坎昆各种旅游产品构建了度假生活较高的价值体系，文化产业和度假旅游结合，发掘和整合玛雅文化历史资源和民俗风情，为旅游业带来了可持续发展空间。会议展览业与旅游嫁接，国际组织和国际企业的会议促使旅游淡季变成旺季。

3. 保护生态资源

注重生态平衡和人工绿化，大大降低了人工开发对生态环境的不利影响；生态区和历史文化的保护是坎昆旅游业持续的根基。

4. 特色营销模式

零污染海滩、以玛雅文化为卖点、会议会展业嫁接、专门的政府招商和筹资机构。

四、夏威夷群岛

（一）旅游发展概况

度假旅游最早可追溯到 1867 年，主要旅游资源有丰富的火山景观、迷人的沙滩和神秘的热带雨林，以及风格各异的高尔夫球场，2005 年高尔夫球场共 85 座。旅游是最重要的经济支柱，2011 年旅游总人次为 729.9 万人次，旅游总收入为 125.8 亿美元，人均消费 1727.05 美元。

（二）关键词

Aloha 精神、波西米亚文化、自然奇观、滨海度假。

（三）借鉴经验

1. 政府适度干预

夏威夷旅游局 HTA 运作基金来源于从饭店、度假地及其他住宿设施征收的临时性住宿税。

工作领域包括：营销和促销；运动性事件管理；产品发展、规划、旅游研究、夏威夷会展中心。

2. 注重生态发展

夏威夷生态旅游协会成立后，各方对夏威夷可持续旅游的原则、愿景等逐步形成共识，2005 年通过了第 8 号法案，建立了一个“夏威夷 2050（年）可持续特别工作组”，创建了“夏威夷 2050 可持续规划”。

3. 塑造本土品牌

最成功的经验之一就是对本土文化的保留与保护，其鲜明的旅游符号中无不渗透着 Aloha 精神，寓意丰富的夏威夷花环、“打开心灵之门”的草裙舞、色彩鲜艳的 Aloha 衬衫、行人善意的微笑与热情的帮助。

4. 产品多元化发展

发展生态旅游，1995 年夏威夷生态旅游协会成立；商务会展旅游，1997 年斥资 2 亿美元特别兴建了夏威夷会展中心，并于 1998 年正式对外开放；农场观光为主的农业旅游。同时更新旅游资源，欧胡岛到各岛旅游拓展。

5. 让当地人受益

自 1999 年起，夏威夷旅游局开始进行“居民意见调查”，每两年一次；1997 年，夏威夷原住民接待业协会成立，其法律特别规定，所有海滩都必须让公众方便进入。

五、案例启示

本地居民：聚居市镇，地域文化构成主体；自发形成本地基本服务能力；参与商贸往来，强化吸引力；对资源的保护利用。

游客群体：追求高端度假品质；商务公务旅游需求；多元的旅游体验需求；催生区域旅游投资需求。

政府：大手笔发展枢纽交通；推出区域旅游规划和管理；跨区域旅游协作和资源保护；搭建国际交往平台；区域旅游联合营销。

投资主体：重大基础设施投资；主题化旅游设施开发和经营；高品质旅游度假地产投资；组织各类国际盛会赛事；提升旅游服务能力和知名度。

第七章 发展定位

一、指导思想

抓住海洋经济试验先行区定点阳江的机遇，以打造国际知名滨海休闲度假胜地为目标，争当海洋经济试验先行区的一体化区域；以滨海旅游产业发展作为阳江打造富民强市的重要载体，重新认知滨海旅游产业发展对阳江市提升作用。通过滨海旅游产业的革新，实现城市气质、区域文化、旅游服务、基础设施全面提升，驱动阳江整体发展，创新拓展滨海旅游的发展空间。

二、总体定位

以“建设 21 世纪海上丝绸之路”国家战略为依托，以滨海旅游为核心，以大海洋文化为特色；积极主动先行先试；联动区域旅游发展，建设世界知名的休闲度假旅游胜地。因此，将阳江滨海旅游总体定位为：

立足珠三角，服务全中国，面向全世界，以“南海 I 号”海上丝绸之路品牌文化为引爆点，树世界知名文化品牌，集海、岛、渔、江、泉、山为一体，打造

国际滨海度假旅游目的地。

三、主题定位

南海丝路·船说阳江

解析：“南海”点出了丝路的海洋位置，“丝路”旨在响应发展“21 世纪海上丝绸之路”的国家战略；而“船说阳江”既形象点出了阳江依托“南海 I 号”的文化品牌效应，宣传海上丝绸之路文化，提高阳江知名度；又保留了阳江旅游的总体主题定位“碧海银滩·船说阳江”中的一部分，使阳江滨海旅游的发展更好衔接整个阳江旅游业发展的定位。

四、发展目标

（一）目标定位

近期：广东滨海旅游经济发展示范区。壮大阳江滨海旅游产业规模，提升产业品质，完善产业链，并与滨海地区其他产业良性互动、协调发展，带动滨海旅游经济发展，形成示范，为广东省建设海洋经济强省提供有力支撑。

中期：中国滨海度假的一流品牌。建设多元化、高品质、生态化的滨海旅游度假目的地，引领中国滨海旅游产业转型升级发展、创新发展，在滨海度假方面成为中国滨海度假的一流品牌。

远期：国际知名滨海旅游目的地、21 世纪海上丝绸之路旅游发展示范区。创新滨海旅游发展理念、产品形式、开发模式、营销模式，提升阳江滨海旅游业的整体品质与区域吸引力，将阳江打造成国际知名滨海旅游目的地；响应建设“21 世纪海上丝绸之路”国家战略，积极探索，先行先试，在滨海产业协调互动、滨海区域联动合作、滨海资源环境有效保护、滨海居民主动参与和利益保障等方面率先取得突破，形成示范，打造 21 世纪海上丝绸之路旅游发展示范区。

（二）战略目标

1. 社会目标

多旅游主体和谐共建，建设惠及全民的幸福旅游事业，促进阳江和谐目的地的建立。整合资源、完善旅游公共服务体系，使滨海旅游发展真正实现富民、惠民，将阳江打造成为宜居、宜业、宜游的国际滨海休闲旅游名城。

2. 经济目标

争取到 2017 年，阳江市滨海旅游接待旅游者总人数突破 1700 万人次，平均增长率为 12.16%，旅游总收入突破 220 亿元，年均增长率为 20.9%；到 2020 年滨海旅游接待旅游者总人数突破 2500 万人次，年均增长率为 12.3%，旅游总收入突破 350 亿元，平均增长率为 18.7%；到 2025 年滨海旅游接待旅游者总人数突破 3600 万人次年均增长率为 10%；旅游总收入突破 700 亿元，年均增长率为

17%。

3. 环境目标

以全方位的生态保护和修复模式保护山海岛林等自然资源和本底文化的真实性，促进生态环境的保育、美化，实现资源的可持续利用，建设海洋生态旅游发展示范区。

（三）阶段目标

近期（2015—2017 年）：到 2017 年，初步建立“南海丝路·船说阳江”的旅游整体形象，将海陵岛大角湾海上丝路旅游区打造成广东省首个滨海类国家 5A 级旅游景区、粤西片区首个国家 5A 级旅游景区。完善旅游基础设施，优化旅游环境，提升旅游产业素质，强化滨海旅游业作为海洋产业与旅游业支柱产业的地位。

中期（2018—2020 年）：到 2020 年，将月亮湾滨海旅游度假区、珍珠湾旅游区、大澳渔家文化村打造成国家 4A 级滨海旅游景区，将沙扒、东平镇打造成知名度位居全国前列的滨海旅游城镇。基本形成完善的滨海旅游产业体系，滨海旅游设施、服务质量和经营管理水平达到国际先进水平。

远期（2021—2025 年）：到 2025 年，“南海丝路·船说阳江”的旅游整体形象深入人心，将月亮湾滨海旅游度假区、珍珠湾旅游区、大澳渔家文化村建成国家 5A 级滨海旅游景区，把海陵岛大角湾海上丝路旅游区打造成具有国际水准、在国际有一定知名度和美誉度的国际滨海旅游度假区，滨海旅游产业结构更趋合理和高级化，滨海旅游业成为阳江建设海洋强市的重要支撑板块。

五、发展模式

（一）旅游发展模式——“山海城岛”互动四部曲

以“海”为吸引，以“海陵岛”为龙头品牌，以“城”为核心依托、以“山”为补充；

以滨海旅游为先导，利用自身优势，做大做强滨海旅游产业；

以城市发展为依托，满足消费需求，推进海、城联动；
以海城联动为基础，拓展山林空间，实现“山海城岛”互动；
以“山海城岛”互动为前提，促进全域化旅游发展目标。

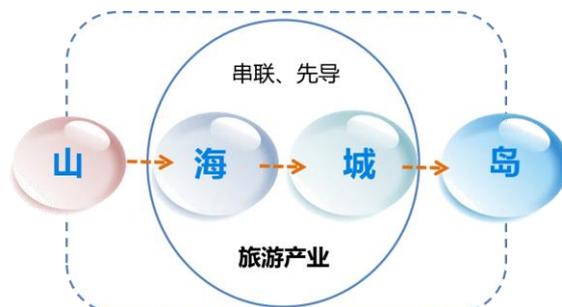


图 7-1 旅游发展模式结构图

（二）产业发展模式——“海旅渔”一体化

通过滨海旅游的发展，为阳江滨海区域注入产业；
通过产业融合发展，增强阳江滨海区域的发展活力；
通过阳江滨海区域发展，推动阳江城市化扩容提质。

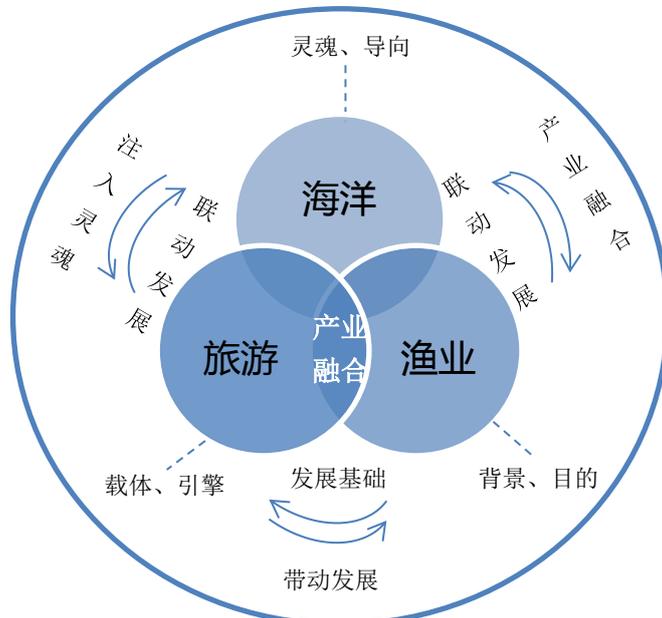


图 7-2 产业发展模式结构图

（三）城市发展模式——海洋北上、城市南拓，中心城区扩容提质

滨海旅游将带动阳江整体旅游格局的发展，形成由海入城，由城入山一路北上的空间格局；与此同时，阳江江城区在滨海旅游的带动下，也将实现市区往海陵岛区域拓延，形成城市南拓的空间格局，最终构建阳江城市发展的新格局。

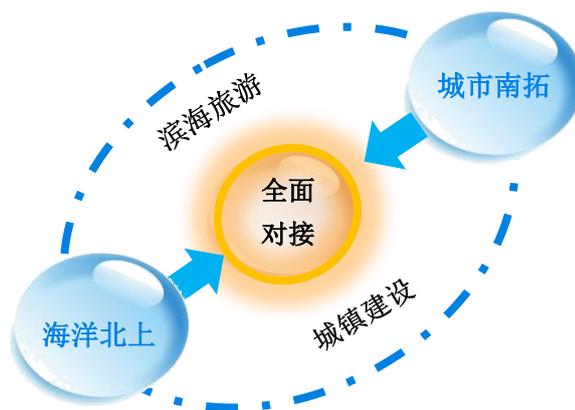


图 7-3 城市发展模式结构图

六、发展战略

（一）国际化战略

以国际化为导向，以国际先进滨海旅游地区为标杆，坚持空间、产品、业态、体制的国际标准和全面创新，依托海上丝绸之路的战略建设，打造具有国际影响力的滨海旅游度假目的地，对接国际市场，打造国际化产品，培育国际性品牌，构建阳江滨海旅游发展的战略平台和制高点。通过建设具有国际水平的滨海旅游产品，制定国际化的信息、人才、服务、市场秩序标准，拓宽滨海国际合作，加快滨海旅游国际市场培育，实现阳江滨海旅游发展的国际化引领。

（二）生态化战略

充分认识生态作为旅游产品核心竞争力的重要性，实施保护性开发，生态自我修复。建立“保护优先、生态准入”的项目建设机制，以海岸线、周边海域的

环境保护为基础，妥善处理滨海旅游资源开发利用与环境保护的关系，实现阳江滨海旅游产业的可持续发展。以海洋生物多样性保护、海洋渔业资源开发保护、海岸带管理、海洋环境资源调查、海洋灾害预警预报等为重点，构建整体协调、生态友好的可持续发展空间结构，全面实现阳江滨海旅游的生态发展。

（三）一体化战略

实施区域旅游一体化融合式开发，实现阳江滨海区域旅游开发的一体化，与国际滨海旅游的开发充分融合，打造整体市场、产业布局的发展规划。完善国内国际区域旅游合作机制，建立互联互通的旅游交通、信息和服务网络，加强区域性客源互送，构建务实高效、互惠互利的区域旅游合作体。

（四）产业化战略

以构建滨海旅游全产业链化发展，找准阳江滨海旅游在整个阳江滨海旅游体系中的位置，重点突破。注重滨海旅游业与相关产业之间的融合，系统考虑各产业发展对滨海旅游生态造成的影响及海洋生态的承载容量，同时形成产业集群互补，统一布局和综合管理，促进滨海资源综合开发和海洋经济发展。实现滨海旅游业与生态滨海种养业、渔业、农业、林业、体育运动业、文化产业、交通业、房地产业、船舶维修业、海洋生物工业等产业的进一步深入融合。

第八章 空间布局与分区规划

一、发展理念

按照阳江市构筑“一主五副四带组团式”城市布局的发展战略，结合“南进、西拓、东联、北优”的空间发展格局，特别是广东滨海旅游规划提出以“南海Ⅰ号”为吸引，重点发展滨海观光休闲度假旅游、“海上丝绸之路”体验旅游和康体养生旅游，打造珠江三角洲游客最喜爱的滨海旅游目的地。综合考虑阳江市的地形地貌、城市发展格局、城市总规、城市发展轴向、交通大格局、产业布局、未来发展潜力、游客的主要进出路径、旅游现状等要素，从城市空间结构和经济社会发展特征出发，充分考虑与在建项目的衔接，科学布局滨海旅游业，形成能切实支撑阳江市建设珠江三角洲游客最喜爱的滨海旅游目的地、国际滨海旅游度假胜地的旅游发展新格局。

以“中间突破·两翼拉动”构建：

一体两带开发格局

一体：以海陵岛为头，以江城区为腹，实行中间突破；

两带：以阳西沙扒，阳东东平两翼拉动齐飞的滨海休闲度假旅游带；

以阳西咸水矿温泉、阳东东湖星岛两翼拉动齐飞的泛海休闲观光旅游带。

二、空间布局

“一轴双核两带多点”

一轴：山海城岛互动轴

山海城岛互动轴沿罗阳高速、S227省道同轴，以海洋北上，城市南拓的发展模式串联“海陵岛”、“江城区”两大区域，构建城岛一体化发展格局，打造滨海旅游服务与滨海休闲度假两大核，突出以海陵岛为头，以江城区为腹的发展趋势。

双核：【滨海休闲度假核】

【滨海旅游服务核】

两带：【滨海休闲度假旅游带】

阳西以沙扒滨海风情小镇为主，整合五大湾旅游资源（沙扒湾、月亮湾、河北湾、白沙湾、蓝袍湾），以“引风入境”的手法，发展滨海风情休闲基地。

阳东以东平“渔家风情·浪漫小镇”为主，依托大澳渔村、海上丝路等极具古韵的海洋文化为特色，以“渔家风俗”体验为主，发展渔家文化体验基地。

【泛海休闲观光旅游带】

阳西区域以咸水矿温泉为核心，结合周边生态水库及民俗艺术为支撑，逐步向外延伸。

阳东区域以东湖星岛与阳江温泉度假村为核心，发展中高端商务客群。



图 8-1 空间布局图

三、分区规划

（一）滨海旅游服务核

1. 规划范围

江城区沿江周边区域

2. 现状分析

《阳江市总体旅游规划》中指出江城为区域旅游组织主中心。江城区享有沿海开放区、重点卫星镇、高新科学技术成果推广示范等优惠政策，享有阳江市制定的工业发展优惠政策和民营经济发展优惠政策，随着融入珠三角两小时经济圈，江城区经济发展潜力巨大。

（1）城市风貌形象树立

江城区是阳江市政治、经济和文化中心，是现代化大城市，是阳江市旅游综合服务的组织中心。

（2）交通线路四通八达

江城区是阳江市的交通枢纽，设有港口、机场，325国道、沿海高速公路、建设中的深茂铁路阳江段、两阳铁路、江春公路从市区穿过，基本形成了高速快捷的海陆空立体交通网，是客源的集散中心。

（3）旅游服务设施完善

江城区旅游服务设施完善，住宿、饮食、娱乐、购物、文化、体育、广场等设施也有相当基础。

（4）综合服务功能齐全

江城区是一座有悠久历史的美丽海滨城市，名胜古迹众多，主要有石觉寺、北津独石、漠阳楼等；自然风光秀丽，主要有鸳鸯湖、南国风筝场、北湖公园等。因此，江城区具有食、住、行、游、娱、购等综合服务功能。

3. 发展方向

依托对接海陵岛及区域外部的交通中心位置，利用中心市区良好的基础配套，发展成为**旅游综合服务中心、都市滨海会客厅**。引导高端服务业集聚，集金融服务、商务办公、商贸会展、休闲旅游、文化娱乐、美食购物为一体的阳江现代化新城市中心。

4. 发展策略

- 营造滨海主题氛围，提升城市形象；
- 加强城市滨海形象打造，提升旅游服务能力，完善城市功能；
- 分段主题开发，突出城市滨海氛围；
- 沿江分段主题开发，突出都市的现代时尚；
- 聚焦都市生活，引入月光经济；
- 加强河道管理，开辟漠阳江都市夜游项目。

5. 项目设置

滨海旅游公共服务提升

(1) 滨海旅游公共服务提升

【项目选址】江城区

【规划要点】五大路径提升

- 主题化城市滨海主题标识体系，在酒店、餐饮等服务场所全面设置，树立国际滨海休闲旅游度假目的地形象。
- 公共化滨海城市共享空间，打造广阔的公共休闲空间，增加公益性设施服务。
- 特色化城市软环境，为阳江滨海旅游综合服务中心，提供旅游集散、线路组织、咨询服务、散客导引、自驾车服务。
- 形象化城市滨海绿道系统，打造城市生态景观视觉盛宴。
- 多元化注入海上丝绸之路文化、渔文化要素、时尚的城市生活元素，营造滨海城市“夜休闲”氛围。

表 8-1 滨海旅游公共服务提升项目一览表

项目名称	规划内容
城市滨海旅游标识体系工程	<ul style="list-style-type: none"> ● 主题化城市滨海主题标识体系 ● 以海上丝绸之路文化、渔家文化等为设计元素 ● 通过主题化的设计包装标识体系，在酒店、餐饮、公共空间等服务场所全面设置，树立国际滨海休闲旅游度假目的地形象
公共休闲空间建设	<ul style="list-style-type: none"> ● 公共化滨海城市共享空间，打造广阔的公共休闲空间 ● 以人为本，为人服务；以人的舒适感为中心，让人使用和享受。其目的在于让紧张的人们放松，让人们融入人造自然休闲空间环境 ● 增加公益性设施服务，促进本地居民和游客的感情融合和文化交流
城市软环境塑造工程	<ul style="list-style-type: none"> ● 将江城区打造为阳江滨海旅游综合服务中心，提供旅游集散、线路组织、咨询服务、散客导引、自驾车服务。借鉴上海市旅游集散中心成功的运营模式，采取“公司运营，旅游专线，区域串联，定点发车”的方式，开展独立运营 ● 整合各地区已有的旅游网站，建立统一的网络宣传平台，增加网络提供的信息量，缩短网络信息的更新周期，加速信息的流动速度，使网络和旅游者之间的交互功能进一步强化，避免因信息过期导致游客安排不当等问题 ● 建设滨海旅游电子商务系统，提供旅游信息查询、旅游预订、网上支付、网上结算等功能，并与旅游信息咨询系统相结合 ● 建设滨海旅游管理信息系统，直接联接行业主管和行业协会、旅游企业、相关行业和学术机构，提高即时交流管理信息和应对突发事件的能力 ● 加强景区电子商务建设，实现与游客、旅行社的信息化互动 ● 实施滨海旅游信息系统、电子商务系统、旅游管理信息系统的信息标准化采集，实现与广东省旅游信息综合服务平台的对接，促进区域信息化协调发展，以完善区域间的旅游信息共享 ● 通过“驴管家热线”——建设致力于为顾客解决阳江滨海旅游所有问题的综合性服务系统，不仅为顾客提供旅游信息咨询、宾馆酒店预定、景区门票销售等基本服务，而且具备解决处理旅游纠纷的能力

	<p>【自驾游导引系统】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 根据阳江自驾车旅游的实际情况，自驾游导引系统建设由自驾网络公共服务平台、旅游交通指示系统、旅游咨询服务系统三个层面构成 ● 自驾线上公共服务平台，主要满足自驾游客对网上信息获得的需求。主要提供线路、行程、景点、花费、时间等方面的出行信息。建立后，作为阳江旅游电子商务系统和目的地网络营销系统的重要部分 ● 旅游交通指示系统，适应旅游胜地的建设，建立完善的、具有国际标准的旅游交通指示系统。建设重点是高速公路、旅游大通道、旅游景区、休闲街区等 ● 旅游咨询服务系统结合旅游咨询服务中心统一配置
<p>城市景观提升工程</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 将江城区作为一个“景区”进行经营，将休闲理念融入城市功能，使江城区变成休闲韵味浓郁的现代化滨海城市 ● 集中建设若干代表性街区，建设以海上丝绸之路文化为主题的中心广场，发挥人流集散、文化观赏、文艺表演、市民休闲等功能 ● 依托漠阳江，构建核心城区的水体景观，与海景相呼应
<p>“夜休闲”氛围营造工程</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 通过沿江分段主题的都市景观，开发漠阳江夜游产品，以“南海I号”宋代古船为模板设计漠阳江滨江夜游船，成为滨海都市游的一大亮点项目 ● 在城市广场和重点商业街区美化夜间环境；增加夜间活动项目，配套夜间市民、游客游玩的喷泉、运动场、商业设施 ● 突出海洋、港口等特色路灯设计：如海鸥、船锚等形状路灯 ● 夜生活：大型演出、酒吧欢乐街区；完善夜间旅游娱乐设施配套；延长游客活动时间，吸引过夜游客

（二）滨海旅游度假核

1. 规划范围

整个海陵岛区域

2. 现状分析

海陵岛目前已编制完成了《海陵岛旅游发展总体规划（2011-2020）》、《海陵岛滨海旅游产业园区发展规划》、《海陵岛 5A 景区保利银滩及博物馆片区旅游升级规划》等在内的一系列旅游发展规划，明确了海陵岛国际知名、国内一流的国际生态旅游岛的定位，形成“一心、一轴、一环、五区”的总体布局。

（1）上位规划

① 生态空间保护良好

目前，海陵岛的海洋和空气质量均达到国家一类标准，森林覆盖率达 90%，海岸线生长大片红树林，自然环境质量优越。

② 产品建设初具规模

以“南海 I 号”为引领的广东海上丝绸之路博物馆等一批高标准、高品质的旅游产品陆续建成，并拥有两家 4A 级景区，广东海上丝绸之路博物馆与大角湾风景区。一批改造提升、全新规划的产品也在紧锣密鼓的进行中。

③ 配套设施有一定的基础

经过多年的建设发展，岛内的旅游功能不断完善，日接待能力已达 5 万人以上，环岛陆路交通网络基本形成，旅游观光大道进一步完善，海陵大堤加快建设。

④ 产业发展基础良好

一二三产业结构逐步趋向优化，以传统渔业与旅游产业为主。近几年保利、恒大、敏捷等房地产为代表的众多知名企业进驻，大大推进了度假业与城市化的发展步伐。

（2）建设项目现状

本区域已有项目或在建、拟建以及意向性项目数量众多，项目品质各异，可以预见这批新建或在建及拟开工项目的投入接待将会大大缓解目前海陵岛滨海休闲旅游接待能力不足的状况。今后重点是数量控制、整合提升，规范管理和加

强海洋旅游软环境建设，使海陵岛成为国际一流的滨海度假目的地，成为具有国际影响力的海洋休闲度假地区。

表 8-2 建设项目现状一览表

项目类型	项目名称
已建项目	广东海上丝绸之路博物馆、大角湾国家 AAAA 级景区、闸坡渔港休闲渔业基地、金沙滩旅游度假区、疍家风情渔村
在建项目	保利银滩、恒大海上夏威夷、敏捷黄金海岸、广东阳江大飞洋国际游艇产业度假区、三山岛国际旅游度假区
规划或意向项目	黄金海岸国际休闲度假区、海陵岛国家海洋公园、广东海洋历史博物馆、南鹏列岛生态公园、草王山体育休闲度假项目、红树林湿地公园、海上丝路文化创意园
计划建设项目	海陵岛旅游综合体、北汀湾游艇产业园、中国亚热带滨海婚纱摄影基地、海陵岛红树林生态公园、海陵岛生态养生谷

（3）三大地产项目梳理

表 8-3 三大地产项目梳理一览表

地产项目	现状	存在问题
保利十里银滩	<p>占地面积：200 公顷</p> <p>建筑面积：770305m²</p> <p>容积率：0.42</p> <p>绿地率：60.8%</p> <p>产品类型：高层公寓+别墅</p> <p>建筑风格：法式、泰式、澳式、迈阿密、热带雨林等</p> <p>总体布局特征：五星级酒店和产权式酒店占据黄金海岸，高层包围低密度住宅及生态公园，中心所谓的公园成为私属领地。交通流线从后方沿山处经过，附带极少量商业设施。除了为海岛增加市</p>	<p>滨海高墙：滨海及项目北部均为成排高达 100 米的板式高层建筑，从海边看犹如一堵高墙，将别墅的观海视线完全遮挡，天际线变得生硬，缺乏变化。</p> <p>私有绿地：大型生态公园被建筑包围，无论从形态到功能上，都杜绝了一般群众的公共进入可能性。</p> <p>功能单一：所有的公共服务设施目前以生态绿地为主，且未对居民开放，缺乏健康医疗中心、公共文化会所等公共服务设施。</p>

	<p>政道路之外，一般商业与公共功能匮乏。</p> <p>公共海岸领地专属化明显。</p>	
恒大海上夏威夷	<p>占地面积：120 公顷</p> <p>建筑面积：1464773m²</p> <p>容积率：1.22</p> <p>绿地率：52.1%</p> <p>产品类型：高层公寓+别墅+商业</p> <p>建筑风格：融合多国风格</p> <p>总体布局特征：西侧住宅区采用南低北高的布局，南部为 3-4 层的海岸别墅，北部为 24-33 层的点式高层公寓。包括运动中心、儿童欢乐中心的文体娱乐区在整个项目中心，外部缺乏可达性。酒吧街及美食街在私有沙滩及挖掘的内河之北，联系缺乏，东侧区域为包括五星级大酒店在内的国际会议中心，享有自己的山海，私密性较强。道路开辟只以服务居住区为主，海岛居民无法享受其便捷。文化娱乐功能多元化但不共享。</p>	<p>公共空间私有化：西侧 2 公里私家海岸线将原本开放的公共海滩空间私有化，造成 20 公里长的海岸线不贯通，不利于未来海陵岛的整体开发，公共娱乐功能集中在居住区中间，使得外部无法感知并缺乏可达路径。</p> <p>道路系统不合理：现状的服务道路沿海设置，以服务居住区为主要功能且同其他区域的道路建设不具有联系性使得非居住区居民很难使用到此段路线，公益性极差。同时还破坏了海岸与建筑、山体的关系，使得自然滨海景观被割裂。</p>
敏捷黄金海岸	<p>占地面积：192 公顷</p> <p>建筑面积：2095168m²</p> <p>容积率：1.09</p> <p>绿地率：40%</p> <p>产品类型：高层公寓+别墅+商业</p> <p>建筑风格：现代</p> <p>总体布局特征：规划地块分为七大功能区，分别为低层住宅、高层住宅、商业配套、会所、度假酒店、学校。度假酒</p>	<p>道路系统尚可优化：依市政规划道路沿山布置公共功能，使得原住民与居住区居民皆可使用。主干道及组团道路高效服务居住区内部。可以考虑通过和西南侧接壤的恒大项目共用道路及一定公共服务设施，从而提高效率。</p> <p>建设量的合理性：现状建筑面积多大 200 多万，且以居住、酒店为主体，</p>

	<p>店及公寓主要沿海岸线展开，但与海滨保留一定距离用于公共绿化环境设计。商业配套、学校及高尔夫等公共服务设施布置在后方靠山侧，与市政规划路相连。体育公园及社区会所位于西部低层住宅区中心。三大地产项目中布局最合理，公共功能多沿市政规划道路布置。公共功能可达性高且海岸山体留有通道。</p>	<p>公共功能相对而言不算丰富，建设量较大，其未来能否吸引大量的客户前来居住成为值得探讨的问题，居住区大半空置的可能性较大，对海陵岛的整体回报率尚存疑问。</p>
--	--	---

（4）问题与建议

表 8-4 问题与建议一览表

问题	建议
<p>海陵岛定位国际度假岛，地产界巨头纷纷抢滩，各自为政，规划项目众多，规模过大，缺乏整体规范管理。</p>	<p>明确定位：海陵岛是旅游度假岛，只做国际旅游社区，不做地产开发小区，明确企业准入机制。</p>
<p>高端享受型消费不断增长，潜在巨大需求释放压力。</p>	<p>打造滨海公共活动空间，配套的旅游服务设施（为保持滨海道路的公共性，建议由政府或管理委员会统一管理，设置社区中心、商业、医疗、文化、休闲等公共服务设施，构建 5-10 分钟生活服务圈）让游客参与其中。</p>
<p>大部分项目只建设了满足内部需求的设施，对海陵岛整体的公共设施提升不高，旅游配套设施与优质的海岛生态资源不匹配。</p>	<p>开发绿地，维持生态环境（将绿地对周边居民开放，三大地产项目之间绿地进行联通，将村落农田及其周边绿化串联其中，形成绿网。保护基本农田，山体，水体等生态敏感地区，避免滨海海岸线私人化）。</p>
<p>海岸线的私有化将海陵岛原本的优势弱化，自然环境缺乏保护带来生态问题。</p>	<p>与村落互动，提升居民参与度（将村落及居民纳入公共服务设施体系，增加地区居民的参与度与自豪感，结合绿廊建设公共服务生活圈）。</p>

<p>缺乏优秀的旅游产品策划，开发与服务理念落后，市场缺口大。</p>	<p>完善内部交通（提升岛内公共交通体系，完善海陵岛公共交通体系）。</p>
-------------------------------------	--

3. 发展方向

作为阳江滨海旅游的龙头，海陵岛将以“南海 I 号”海上丝绸之路文化为品牌，渔业产业和山林生态为特色，以海岛综合度假社区理念，打造南海丝绸之路文化中心、国际综合旅游度假岛。

4. 发展思路

以南海丝绸之路为文化核心，深入挖掘其文化内涵，结合自身特色增加娱乐项目及文化体验项目，开发参与性、体验性的文化旅游产品，使其文化价值外溢；以海岛优质的生态及超长海岸线为生态核心，提升居民参与度，在严格保护的前提下，适度预留公众海岸线，明确企业准入机制，控制地块建设，进行科学的整体规划，分区分片建设开发，结合区块资源特色明确各区的功能主题，完善服务配套基础建设，构建 5-10 分钟生活服务圈，从而构建海岛整体良性发展趋势。

5. 发展策略

现有项目的整合提升；在建项目的完善调整；新建项目的规划建设；旅游氛围的整体营造。

6. 项目设置

海陵岛大角湾海上丝路旅游区、钻石海岛“恋”、十分钟乐活服务圈、公共交通体系。

（1）海陵岛大角湾海上丝路旅游区

【规划目的】提升国际影响力

【规划要点】整合资源、打造第一：以广东海上丝绸之路博物馆、大角湾 AAAA 级景区为依托，深入挖掘旅游资源，形成核心吸引力体系，创建 AAAAA 级景区，塑造形象品牌，完善旅游产业链，实现与其他产业的整合联动。打造一个辐射华南和集文化、度假、商贸等功能于一体的海上丝绸之路文化娱乐综合体，提

升国际吸引力。

文化主题化、游憩化：强化“南海 I 号”海上丝路文化的带动效应，将整个十里银滩片区的滨海旅游主题化，重点是增加体验性、游憩性，创造性的构建覆盖整个片区的南海丝路滨海文化主题公园，整合目前已有的众多产品，构建一个集生态观光、文化体验、休闲度假为一体的大型“海丝”文化主题公园。

“4S”理念：以传统的“3S”滨海旅游理念糅合风景元素形成“4S”理念，这一风景元素即时下流行的“3N”旅游理念的集合，提升生态环境系统，最大限度满足游客在海陵岛享受阳光、沙滩、海浪的同时回归自然的心理需求。

【子项目设置】提升：广东海上丝绸之路博物馆

已规划：“海上丝路”文化创意园

新建：海上丝绸之路文化公园、海丝国际剧场

表 8-5 项目设置一览表

项目名称	项目性质	规划内容
广东海上丝绸之路博物馆	提升项目	提升一大品牌产品，以海上丝绸之路文化中心的高度，打破时空、区域局限，将历代的海上丝绸之路航程及全球的海上丝绸之路文化全部纳入博物馆体系，同时成为主题旅游娱乐项目的分区主题开发来源。 通过现代技术的应用提升博物馆的景观性、体验性、娱乐性，“活化”博物馆，提升博物馆展览体系，提高开馆效益，实现品牌的带动引领效应。
“海上丝路”文化创意园	已规划项目	建设一大规划产品，延伸“南海 I 号”旅游文化品牌的产业链条，开发海丝主题的各类文化创意产品。如海丝手绘地图、海丝指南针、海丝陶器、海丝纪念品、海丝舞台剧等文化艺术产品。
海上丝绸之路文化公园	新建项目	发挥海陵岛区位优势 and 生态旅游休闲岛优势，规划建设海上丝绸之路文化公园，凸显以“南海 I 号”为主题的广东海上丝绸之路博物馆的独特优势。以“南海 I 号”为品牌，以博物馆为龙头，打造承载文化展示、文化表演、文化体验为一体的

		<p>具有浓厚海上丝绸之路文化主题的海洋文化景区，按照国际一流文化景区标准规划，力争建设成为广东乃至全国海上丝绸之路文化旅游的地标式景区。主题景区范围包括广东海上丝绸之路博物馆（含辅馆）12 万平方米、博物馆东侧大王山 11 万平方米、辅馆西侧闲置土地 5 万平方米、博物馆南面沙滩 25 平方米，规划面积约合 53 万平方米。</p> <p>以重返海丝之旅为主题，划分不同的主题区域，引入大型的文化娱乐设施，以文化激活力再生“前缘”，也即是以新的理念和举措，使已逝去的历史文化元素重新具有新的生命力和感染力。通过扶持海上丝绸之路题材的电视片、电视剧、歌舞剧、美术作品等方式营造新文化氛围，以激活创造力。</p>
海丝国际剧场	新建项目	<p>海上丝绸之路实景演出，剧场氛围营造以海洋主题为主，人仿佛置身于海洋世界，粼粼碧波贯注整个剧场。</p> <p>以海上丝绸之路贸易、探险、文化交流为主题，邀请国际知名的导演及演出团队，编排文化演出，打造海上丝绸之路旅游文化拳头产品。</p>

（2）钻石海岛“恋”

【规划目的】丰富现有产品体系，对比国际优秀滨海旅游目的地，完善三大类别亮点产品。

【规划要点】在注重海陆统筹发展的同时，进一步强化海洋旅游的纵向立体开发，将滨海旅游发展空间向低空、海底拓展，充分利用海空、海底、海面、陆地的广阔空间；依托现有海岸线、海上、海下等各类海岛休闲度假产品，分别注入不同主题功能，明确分工，实行差异化发展，构建立体化的钻石海岛“恋”（链）。

【子项目设置】情迷·海岸链（海岸）：钻石海岸、梦幻海岸、激情海岸
 乐享·海世界（海面）：海上嘉年华、低空飞行基地、滨海景观廊道
 寻探·海底谜（海底）：深海潜水、海底探险、海底休闲世界

表 8-6 项目设置一览表

项目名称	规划内容
------	------

情迷·海岸链	<p>钻石海岸·高端度假。以马尾岛区域主打高品质的私密性度假。以高端度假为中心，配置专享性的度假设施。如别墅度假酒店、高级游艇码头。环境营造上，注意私密空间的营造，通过绿化或道路等手段将度假区与外围空间适当隔离。</p> <p>梦幻海岸·浪漫主题。打造婚礼仪式举办场所，开展婚礼、订婚仪式等婚庆活动。针对高端婚庆市场，借鉴世界知名的滨海度假地的婚庆产品开发模式，打造各式高端浪漫婚庆产品。</p> <p>激情海岸·大众游憩。丰富现有公共场所的旅游活动项目，通过沙滩篝火晚会、水上运动赛事、沙雕比赛、沙滩音乐节、沙滩美食节、沙滩啤酒狂欢节、沙滩运动节等众多的主题体验性节事活动，来扩大大众沙滩游憩的影响力，并通过不同季节的错位举办，来缓解旅游的季节性。</p>
乐享·海世界	<p>海上嘉年华：围绕“水上激情无限”一主题，依托区域海上运动产业基础，打造室内水上游乐中心、室内海滨浴场、海鲜餐饮超市、水幕电影、观光栈道等游乐项目，集趣味性、娱乐性、参与性为一体的海上嘉年华。</p> <p>低空飞行基地：引入超轻型飞机、滑翔翼、动力伞等低空飞行设施，不仅可以体验飞行的乐趣，还能从空中俯瞰阳江海岸线。</p> <p>滨海景观廊道：沿着海岸线寻找良好的俯览海滨城镇全貌的观景点，使这些良好的观景平台成为公众场所，同时利用公路及海上游线串联陆上观景平台，构建陆上观景廊道。</p>
寻探·海底谜	<p>深海潜水：分海域设置不同等级的潜水活动，以专业潜水+休闲潜水相结合的方式，开展潜水活动，满足专业人士及普通大众的需求。同时，开展“一对一”潜水教学课程，为大众游客提供探索海洋的平台。</p> <p>海底探险：依托海底丰富的生物资源，同时导入海底摄影、海底雕塑展览等活动，引领海底海底探险新风潮。</p> <p>海底休闲世界：游客在专业潜水人员的监控下，带上透明氧气玻璃头盔，沿着潜梯进入水中，漫步在水深3-10米的海底，近距离欣赏海底的美丽景观，并用特殊鱼饵吸引鱼儿到来，体验神秘的海底世界。</p>

（3）十分钟乐活服务圈

【规划目的】补充服务设施，打造五大类别产品。

【规划要点】为完善三大旅游地产现已开发模式，强调其生活的完善性，三大地产将设置全面的商业服务、公共休闲娱乐设施及医疗服务设施等多个配套组团，使各大游客、居民生活便捷和舒适。规划将各地产公共服务设施设置方向差异化，依照10分钟步行的尺度，设置完善现有的公共服务配套。

【子项目设置】主题商业街区、欢乐沙滩主题公园、海洋文化公园、医疗保健中心、教育城。

表 8-7 项目设置一览表

项目名称	规划内容
主题商业街区	针对公共服务市场，打造海陵岛滨海旅游服务公共休闲服务游憩空间，舒缓空间活动范围，连通三大旅游地产度假社区发展。建设滨海主题商业服务街区，提供游、购、娱等服务。
欢乐沙滩主题公园	针对大众休闲市场，打造免费的公共海岸线片区，真正将景区“还”给大众，开发以沙滩为主题的休闲娱乐产品，开发包括沙滩日浴、沙滩烧烤、沙滩休闲、沙滩运动、沙滩购物等在内的一系列产品，提供租赁器材、售卖食材、餐饮等配套服务。
海洋文化公园	普及海洋文化知识，增加海洋文化元素，建设海洋文化设施，组织海洋文化活动，补充文化设施建设。营造滨海旅游氛围。
医疗保健中心	向居民提供以预防、医疗、康复和健康促进为内容的卫生保健活动，健全服务配套保健系统。
教育城	为社区提供学习的场所，使居民日常教育得到提升，自身素质得到提高，为阳江旅游人才做储备工作。

（4）公共交通体系

【规划目的】完善内部交通

【海陵岛内部交通现状】道路：海陵岛内主要道路为螺洲公路（岛西路）和江闸公路。由于岛内多山，因此主要道路多呈分支状，通往各乡镇与旅游目的地，没有形成环路。

公交：海陵岛已于2014年6月18日开通了岛内公交专线，岛上居民及游客可选择乘该公交专线出行。

【规划要点】加强海陵岛上的旅游道路建设，方便连接岛内的各个重要景点和重要配套设施，开辟环岛游线路。

公交专线路线设置：依托阳江市交通运输局近期行动计划，完善提升公交专线路线：海陵公交（东岛——闸坡船排厂）东岛——太傅路——大堤圆盘——X594——旧江闸路恒大段——南海I号大道保利段——宋康大道——海滨路东——旅游大道——环山路——海滨一路——文明路——闸坡三井（闸坡船排厂）的路线设置。（运行时间：早班7:00，晚班19:00，每20分钟一班）

（三）滨海休闲度假旅游带

1. 建设项目现状

表 8-8 建设项目现状一览表

项目类型	阳西县	阳东区
已建项目	月亮湾旅游区、沙扒湾旅游区	阳东大澳、珍珠湾旅游区
在建项目	月亮湾滨海旅游度假区、北额岭生态公园、阳西临港新区	东平飞龙寺、东平鸳鸯路、珍珠湾滨海广场、东平珍珠湾旅游商业街
计划建设项目	阳西县龙高山滨海生态旅游区、阳西县河北海滨与大树岛旅游度假区	大澳渔家文化村、海荫河滨海旅游区、大龙顶风电场、允泊湾游艇服务基地

2. 发展方向

滨海休闲度假旅游带以海景主题住宿、海湾休闲娱乐、港口渔村观光体验为特色；沿着滨海海岸线，打造渔家文化体验、渔港生态城、环球海湾风情汇、滨海风情休闲四个组团，突出湾区旅游的独特吸引力。

3. 项目设置

滨海风情休闲组团、环球海湾风情汇组团、海港生态城、渔家文化体验组团。

（1）滨海风情休闲组团

依托月亮湾、海天度假邨、青洲岛等资源，以滨海风情为主题引领，围绕“西方风韵”这一主题，导入“特色滨海风情”主题旅游产品，着力把沙扒镇打造成具有亚热带滨海风情的旅游度假基地、四季温泉海疗基地。

① 沙扒滨海风情小镇【在建项目】

现状：沙扒镇有一定的接待服务设施、海天集团度假区（休闲度假、户外露营、水上运动、主题游玩等）有一定规模，人气较旺；白额岭景观视点好、空气佳。建成并逐步完善了奔月路、东升路、环城路、新华路、教育路、海滨大道、沙扒湾广场、八仙台广场及其登山小路等工程项目及设施，沙扒客运站、沙扒旅游服务中心已投入使用；卫生院改造工程已开始动工建设，沙扒污水处理厂征地拆迁工作正在进行中。

提升意见：遵循《阳西沙扒风情小镇旅游发展规划（2011-2020）》的要求，以把沙扒打造成为旅游环境优美、旅游基础设施完善、旅游产品多样、旅游市场繁荣、旅游秩序规范、旅游文化丰富的渔家风情小镇为目标。打造滨海度假、泛海休闲、海上风电观光、高端住宅、特色商业、主题娱乐、游艇俱乐部、商务会展等独具一格的标志性滨海风情小镇。依托地域文化，创新思路，整合资源。以新兴渔港镇为基础，打造西方滨海风情气息的旅游小镇。

② 月亮湾滨海旅游度假区【在建项目】

现状：目前已累计投资超过12亿元，已建成滨海服务中心、月亮湾海滨泳场、月亮湾旅游度假区展示中心、海韵广场、产权式别墅、旅游公寓等项目设施。规划分五期，主要项目有“温泉会所、度假公寓、滨海商业街、水上乐园等。”

提升建议：衔接规划现有方向，发展海洋温泉产品，以休闲度假为主题，海岛、沙滩、温泉相结合，融豪华滨海低密度休闲住宅、五星级度假酒店、医疗温

泉疗养中心、高尔夫练习场、游艇俱乐部、航空俱乐部、高级度假公寓、滨海商业街等于一体的大型国际滨海温泉度假区。

（2）环球海湾风情汇组团

阳西三大湾（河北湾、白沙湾、蓝袍湾）为滨海旅游主体，打造 3 大主题港湾，以夏威夷式欢迎仪式、澳洲海岸商街休闲氛围、挪威渔港小镇建筑风格分别为三大湾注入活力元素。同时，与阳东东平“渔家风情·浪漫小镇”形成差异化，发展成为**环球海湾风情休闲区**。

① 邂逅·河北湾【新建项目】

现状：河北海湾呈孤型展开 4 公里，海水碧绿晶莹，水浅滩平、银白沙底岸边山上长满奇花异草，礁石嶙峋，形状怪异。沙滩金黄细软，宁静诱人。目前还未开发，应保持原生态景观的原真性。

开发目标：以休闲旅游为目的，保持海洋风情为中心题材的度假中心。

开发内容：以夏威夷主题营造海湾氛围，建设一批旅游地产海景房，分流海陵岛上现有各大地产的建设项目。以浪漫梦幻海湾为目标，打造集婚庆、节庆、度假于一体的浪漫海湾。

开发模式：浪漫梦幻主题+旅游地产

环境保护：在科学规划的基础上，严格管理，严格控制，设定红线，有效保护岸线的自然属性和海洋原始景观，尽可能实现长远规划、集约利用。

② 乐憩·白沙湾【新建项目】

现状：沙滩面积约为 790 亩，长度约为 8950 米。目前，还处在未开发状态，白沙湾最大潮涨潮时沙滩宽度约 30 米，最大汐退潮时可达 150 多米（此项数据为大约评估数）。不可下水，旁边有个阳西白沙湾风电场。

开发目标：以休闲购物为目的，打造主题海岸商业街区。

开发内容：依托阳西滨海资源特色，打造旅游工艺品、纪念品系列，形成阳西旅游商品品牌体系；以澳洲海岸商街休闲氛围营造为主，建设旅游购物商业街、沙滩餐厅，定期举办沙滩音乐会。

开发模式：旅游购物+节庆活动

环境保护：科学开发利用海岸线。注重集约利用岸线资源和近岸海域，近海一线开发要体现公共资源属性，还岸线给公众。

③ 尝鲜·蓝袍湾【新建项目】

现状：与AAAA级景区大角湾隔海相望，蓝袍湾海岸线弯长达6.5公里，水质极清澈、沙质极白、粗细适中、坡度平缓、海水清澈、空气清新、环境优美，海面机帆穿梭，浪花舒卷，上下海天一色，相映成趣。

开发目标：以休闲美食为目的，打造特色渔家美食体验目的地。

开发内容：规划以挪威渔港小镇建筑风格为主，沿海岸边建设主题海滩餐厅，听着海风，看着日落，品着海鲜，享受无尽写意，在海边大排档边领略渔家风情，边尽情享用海鲜风味餐，漫步于古朴渔村，观纯朴的渔家风土人情；或静坐在沙滩上，听着涛声，数着星星，欣赏着远处迷人的“蓝袍渔火”。

开发模式：主题美食+渔港小镇

环境保护：整治现有的沿岸线脏乱现象，确保海岸线经济发展与旅游开发和海岸生态环境保护协调发展。

（3）海港生态城

以发展海洋经济产业为核心，紧扣城市南拓主题完善市政配套，将城市建设、产业发展与滨海旅游相融合，发展成为江海交汇生态滨海新城。

① 国际邮轮港【提升项目】

目的：提升一大港口

现状：阳江港是国家一类开放口岸，根据目前调整修编的《阳江港总体规划》，阳江港吉树港区规划泊位62个，分别有1#-45#（含10-1#），J1#-J16#，最大泊位规划为10万吨级。建成阳江港口岸大楼，海关、边检、商检、海事等联检单位已进驻现场办公。建成码头10个，其中经营性码头8个，公共事业码头2个，在建码头泊位共11个，筹建码头泊位10个。“十三五”期间，该区规划建设口岸项目19个，预计投资额约115亿元，阳江港规划总吞吐量达到1亿吨以上。

开发思路：积极探索邮轮旅游这一世界高端旅游业态和新型旅游产品，以国际性规模和标准来规划和建设阳江港国际邮轮港口，完善邮轮旅游的服务配套建设，打造阳江邮轮旅游产业综合体，使其成为国际邮轮航线停靠港。促进阳江滨海旅游产业的转型升级。

子项目设置：国际邮轮会所、海上风情商业街、国际港务中心。

② “阳江港”海洋之憩【新建项目】

阳江港观光：依托美丽黄昏落日、傍晚点点风帆、港口区域优势，构建多功能观光港口，白天可以畅游滨海特色风情的阳江港码头，漫步驻足於港口，或来杯露天海岸咖啡，当夕阳西下时，渔火点点，打造人与海洋共存共享的聚集地，欣赏阳江港不同时段特色风情。

阳江港码头广场：承接海岛与滨海都市游客集散及中转枢纽功能，提供便捷的旅游咨询服务和交通中转设施。通过打造滨海观景路及中心广场标志性景观，成为都市滨海游的重要站点。

（4）渔家文化体验组团

以大澳古村、珍珠湾为主体，整合优良的海岸线及沙滩资源，围绕“领略渔家风俗”这一旅游功能，突出滨海观光、渔家风情体验等旅游特色，完善玉豚山海滨公园、大澳渔家文化村基础设施建设，整合东平渔港周边旅游资源，建设东平“渔家风情·浪漫小镇”。整体打造**渔家文化综合体验区**。

① 东平“渔家风情·浪漫小镇”【新建项目】

开发思路：以大澳渔村为核心，围绕“渔家古韵”这一主题，与沙扒小镇错位发展，打造东平全国著名海钓基地、全省美术创作实习写生基地、开辟海上观光垂钓、新能源科普观光旅游线路，整合珍珠湾海滨浴场、玉豚山滨海公园、飞龙寺佛教文化中心、鸳鸯石、葛洲帆影等优势资源，完善海岸景观平台，完善镇区旅游基础服务设施，打响东平“渔家风情·浪漫小镇”文化旅游品牌。

② 大澳渔家文化村【计划建设项目】

开发思路：挖掘渔村文化，以“追溯渔村文化之旅”为特色，以创意产业为主导，构建“渔”主题旅游产品衍生体系。全力打造休闲度假、渔家文化体验、溯古怀旧、文化创意基地。放大大澳特色的商业旅游历史文化，让古老的丝绸驿站重现繁荣。

提升建议：1. 模拟当年丝绸之路的繁荣景象，真实还原渔民生产故事情节及生活场景，以丝绸之路、渔家文化为主线索，打造广东省首个渔家古渔文化的休闲旅游度假胜地。

2. 加入海洋文化创意产业，从保留古渔村风貌、深挖渔家文化、融合文旅创意、惠及百姓生活四个方面进行拓展，着重凸显“古文化、新创意、渔家乐”的特色，传播“大海洋文化”，书写“渔篇章”。

③ 珍珠湾旅游区【已建项目】

现状问题：周围景点有大澳渔家文化村、玉豚山公园、飞龙寺等多处景区景点。现状开发程度低，设施简陋，产品吸引力低，夏秋季（沙滩）人满为患，春冬季荒芜，无人管理。品牌形象模糊不清，消费群体多为散客，且停留在海滨浴场的认识上，应明确珍珠湾自身品牌定位和目标消费群体，提供符合消费群体需求的活动和时间。

提升建议：体现珍珠湾滨海元素的多样性及丰富性，与渔家文化元素结合，利用滨海区位优势，打造现代滨海渔家文化体验新领域；依托东平镇渔乡风情为背景，以节庆、美食为主要商业活动，搭配阳江温泉产品组成特色旅游线路，既能缓解淡季荒芜，又能为游客提供休闲娱乐场所。

（四）泛海休闲观光旅游带

1. 建设项目现状

表 8-9 建设项目现状一览表

项目类型	阳西县	阳东区

已建项目	阳西咸水矿温泉旅游度假山庄、 大垌山万佛塔	阳江温泉度假村
在建项目	——	阳东山水绿洲度假村恒生·星月湖
计划建设项目	塘口热水温泉、儒洞咸水温泉	东湖星岛国际生态旅游综合体、紫罗 山原生态森林公园、阳东大八温泉山 庄

2. 发展方向

沿 325 国道和沈海高速，整合滨海湾区腹地的温泉、红树林、湖泊等资源，开发温泉养生、红树林观光、东湖星岛度假组团，构建泛海休闲观光旅游带，与滨海旅游带平行发展，拓展湾区旅游内涵，丰富休闲度假功能与体验，形成海湾泉林湖岛互动发展的产品格局。

3. 项目设置

温泉养生组团、红树林观光组团、东湖星岛度假组团。

（1）温泉养生组团

● 阳西咸水矿温泉旅游度假山庄【已建项目】

现状：集温泉养生、休闲保健、生态旅游以及完善的食、住、娱、购等配套设施于一体的温泉养生旅游度假区。

完善意见：以阳西咸水矿温泉为核心，结合周边生态水库及民俗艺术为支撑，完善基础设施建设，将咸水矿温泉品牌逐步向外延伸，形成以温泉养生度假、田园休闲、生态山林观光为核心的温泉养生区。

推广策略：针对新婚人群，温泉酒店推出婚礼庆典一条龙服务，五星级度假环境和温泉体验，打造终身难忘的蜜月之旅。

针对单身人群，策划新潮时尚的娱乐活动，入住温泉度假村，在享受温泉的同时又可促进人际交往。

针对银发人群，结合阳西饮食文化，推出食疗（药膳）旅游产品；与中医疗养相结合，推出针灸、推拿按摩等旅游产品；与温泉相结合，推出温泉保健旅游产品。

（2）红树林观光组团

● 国家红树林生态旅游区【规划项目】

现状：阳西县高度重视对红树林的保护，组织警戒组日夜巡视保护红树林，还制定了扩大种植 2 万亩红树林的规划。

调整意见：依托《阳江市红树林生态旅游区总体规划》，以创建国家 AAAA 级旅游景区为目标，加强生态保护，主要以生态观光、乡村休闲为主，丰富滨海旅游功能，联合海丝景点——“南海 I 号”沉船点和广东海上丝绸之路博物馆，组成水上串联旅游专线；以观光为主，教育为辅，通过节庆活动扩大影响力，提升知名度，实行区域联动发展。坚持“保护中求开发，开发中促保护”原则，减少水产养殖对红树林的生态压力，改善周边村落景观与环境，实现红树林的永续利用。

（3）东湖星岛度假组团

● 东湖旅游度假区【规划项目】

现状：东湖旅游区四面青山紧抱着一泓绿水，青山如黛，绿水如蓝，湖中 108 个小岛，连片小岛宛如银盘里的 108 颗翡翠，自然风光旖旎。内建有客房、餐厅、药浴桑拿、美发美容、俱乐部、歌舞厅、会议厅、商场、码头、水上游乐场、儿童乐园、古巨香樟观赏场、垂钓场、烧烤场等。建筑面积 2.6 万平方米，园林布局，花草果木，景美如画。

意见：以东湖独特水库资源为主体，周边生态环境为基础，结合现有阳江温泉度假村商务客源市场及开发新洲沸泉，发展企业家俱乐部，湖畔营地等高端休闲产品，满足中高端客群的度假需求，以生态旅游、温泉疗养、户外运动、健康美食为特色，开发建设休闲度假、商务会议、健身疗养等多功能复合型度假胜地。同时提升东湖水库的交通便利性，完善周边基础设施建设，将东湖星岛旅游品牌打响，成为该区域旅游联动品牌。

第九章 产品规划

一、指导思想

坚持六大原则，围绕世界一流品质滨海资源和“南海 I 号”古沉船所形成的核心优势，加大软实力开发力度，通过脉络梳理，有效调整滨海旅游产品结构，推动阳江滨海旅游做强观光、休闲传统旅游产品，强力支撑和带动深度度假旅游产品发展，结合自身优势培育特色旅游产品，实现有形项目与无形人文底蕴有效复合与嫁接，对接世界一流滨海度假目的地的发展趋势和定位，满足游客多方面的需求。

1. 生态化原则

旅游产品开发必须以严格确保海水水质安全、维护森林生态保育、尊重并保护环境大氛围、尊重社区可持续发展为前提，通过有序科学开发实现绿色生态发展，实现旅游资源的可持续性利用。

2. 个性化原则

依托资源本底，突出阳江作为国际滨海旅游目的地的地域特征，强调游客参与性，增加游憩体验性，彰显产品的个性与文化特色，创造产品的独特性卖点。

3. 情境化原则

在旅游产品设计中，以整体旅游环境为大剧场，以旅游景区为舞台，以参与的游客为演员，广泛运用现代科技成果，吸纳情境设计元素，增加游客深度体验。

4. 精品化原则

在旅游产品开发中，加强精品意识，通过核心产品带动整体产品的开发，打造国际旅游度假岛产品体系中阳江滨海旅游的拳头产品。

5. 多元化原则

立足世界一流滨海旅游目的地建设高度，从观赏角度的新颖性、游览形式的多样性、组合方式的灵活性、开发的时效性等多种维度设计旅游产品，有序构建

观光、休闲、度假、生态、科考、购物、会奖旅游等有机组合、互为支撑的旅游产品体系，构建多系列、多层次的旅游产品组群。

6. 国际化原则

旅游产品设计思路、理念上要充分接轨国际，积极打造对接国际需求趋势的精品，符合国际旅游目的地建设标准，通过产品结构的升级实现客源结构的升级。

二、产品体系

阳江丰富的滨海旅游资源，为打造符合市场趋势的产品体系创造了条件，以丰富多样的观光产品聚集人气，以深度度假产品提升产品档次，以特色专项产品培育旅游品牌。六类产品相互促进，为阳江滨海旅游提供长期稳定的客流。

（一）海岸休闲旅游产品

1. 发展现状

海陵岛：沿岸发育的优质滨海沙滩有 20 多处，总长 35.4 公里。海滩大小不一，形态各异，都是水碧沙净的优质海滩，其中以大角湾风景最佳。十里银滩规模最大，滩长达 7.4 公里，连同向东延伸的石角湾则接近 10 公里，直线型的长滩一望无际。

阳西：月亮湾以沙质纯净而独具特色，沙滩几乎为纯石英砂呈银白色，是一处极具开发潜力的旅游度假胜地。

阳东：大沟海头沙滩，规模极大，但沙滩含有少量淤泥，以致水色略显混浊，只能作为当地群众的海水浴场。珍珠湾沙滩海湾开阔，沙质洁净，坡度平缓，波浪适中，海水清澈无污染，海湾内无礁石，是男女老少皆宜的天然海水浴场。

2. 开发思路

【差异化开发】以海陵岛浪漫风情、高新区生态港口、阳西滨海风情及阳东渔家风貌为主题，展示各自特色，主导区域发展方向。各海岸依据各自的特色实行差异化发展策略。

3. 开发模式

【一岸一主题模式】

- 海陵岛海岸：梦幻之旅
- 高新区海岸：港口之旅
- 阳西海岸：滨海风情之旅
- 阳东海岸：渔家体验之旅

4. 开发项目

（1）滨海风情海岸

【开发思路】依托北额岭、青洲岛、烟墩岭、沙扒湾、月亮湾及沙扒渔港等自然和人文景观，以南亚热带风光为背景，滨海风情为主题引领，开发具有滨海休闲度假、山水生态观光、海上运动体验等功能于一体的滨海风情海岸。

【亮点项目】运动海岸、激情海岸、欧风海岸、营地海岸。

（2）工业观光海岸

【开发思路】依托阳江港的港口海岸，结合城市环境改造，适当扩大对公众开放的岸线，改善城市海滨景观和环境，适当建设公共休闲空间。发展工业观光旅游，在高新区营造新的现代化海滨工业区景观，增强工业旅游的可瞻性和参与性及以天然的滨海湿地为景观主体，搭配一些景观小品作为点缀，如风车、水车、人工搭建的鸟窝等，丰富景观类型。

【亮点项目】港口海岸、邮轮海岸、工业海岸、制造海岸、湿地海岸。

（3）梦幻旅游海岸

【开发思路】以海陵岛为依托，打造婚礼仪式举办场所，开展婚礼、订婚仪式等婚庆活动。针对高端婚庆市场，借鉴世界知名的滨海度假地的婚庆产品开发模式，打造各式高端浪漫婚庆产品，营造梦幻旅游海岸氛围。

【亮点项目】游艇海岸、时尚海岸、银沙海岸、浪漫海岸、金沙海岸。

（4）渔家体验海岸

【开发思路】依托仙人骑鹤、海荫河、珍珠湾和东平湾以及东平渔港等自然和人文景观，以浓厚的渔歌文化、海上丝绸之路文化为主题，突出地方特色，坚持现代渔业、生态保护与观光旅游、休闲度假相结合，有序推进渔家风情海岸的建设。

【亮点项目】乐购海岸、渔村海岸、美食海岸、原生海岸、节庆海岸。

（二）海岛度假旅游产品

1. 发展现状

阳江海岸线总长度 458.6 公里，主要岛屿 40 个，岛岸线长 135.13 公里。其中，具有较高旅游开发价值的岛屿有 7 个，分别是海陵岛、马尾岛、三山岛、南鹏列岛、双山岛、大树岛、青洲岛。目前已经初步开发的岛屿有海陵岛，它是广东第四大岛，享有“中国十大宝岛”和“中国最美十大海岛”之美称，被誉为“一块未经雕琢的翡翠，以水碧、沙净和游海水、住海边、吃海鲜、买海味的特色驰名中外。”

2. 开发思路

● 重点突出，有主有次，差异化开发

规划重点开发海陵岛，进一步发挥其“中国最美十大海岛”的效应，完善基础配套设施，开发中高端旅游产品，吸引各层次游客，使之成为阳江海岛度假旅游游客集中核心区域。逐步差异化开发各周边岛屿，提高阳江滨海旅游的品质与档次。

● 区域联合开发

依托珠三角地区游客，与珠三角海岛联合开发串联游线。

3. 开发模式

● 巴厘岛模式

创造良好的形象+多产业发展+营造和谐的人与自然关系。

● 马尔代夫模式

企业开发，政府限制管理+整岛出让，差异发展+注重环保意识。

● 群岛式海岛模式

基础设施先行+旅游服务一流+强调独特文化。

表 9-1 开发模式一览表

岛屿	发展模式	产品开发方向
海陵岛	巴厘岛模式	整理海陵岛内交通、建筑及景观环境，营造海岛休闲旅游氛围，提高服务人员水平，塑造良好舒适的旅游环境。以“南海 I 号”、十里银滩、中国最美海岛等为营销亮点，开发运动、游艇等项目，丰富产品类型。以打造全民旅游、全民休闲为主要开发目的。
马尾岛	巴厘岛模式	开发高端休闲，具有私密空间的度假旅游产品。
三山岛	巴厘岛模式	开发回归自然的生态旅游产品。
南鹏列岛	群岛模式	重点突出南鹏岛原生态环境，采取控制人流入岛，道路采用景观生态道路，禁止机动车辆上岛，垃圾运回大陆处理等措施；各岛屿间通过游艇、游船等方式连接，以水上飞机为交通工具通向陆地。
双山岛	马尔代夫模式	严格控制整体景观环境，采用低层建筑、低密度开发、低容量利用和高绿化率的原则，打造私人顶级海岛休闲度假区。
大树岛	马尔代夫模式	高度重视生态环境的保护。
青洲岛	马尔代夫模式	注重渔业的发展，重视旅游地的宣传促销。

（三）海上观光旅游产品

1. 发展现状

阳江海上观光设施还未成规模建设，重要旅游景点区域陆面观光设施还应加强。海上游线还未成系统规划，这一空白需要加快填充，完善阳江各大旅游区域的海上联动发展路线。低空旅游尚处于起步阶段，很多的低空旅游资源尚未开发。

2. 开发思路

● 构建“海陆空”观光体系

依托现有海域空间，开发构建立体化观光体系，蜿蜒曲折的海岸线为观景提供了多种角度，通过陆上观景、海上亲景、空中瞰景的全方位体验大自然美景，寻找良好的俯览海滨城镇全貌的观景点，享受最佳视角体验。提供广阔的视野鸟瞰阳光与绿色下的海滨城市，给人留下强烈深刻的整体印象。

3. 开发模式

● 立体观光模式

陆面观光：沿着海岸线寻找良好的俯览海滨城镇全貌的观景点，使这些良好的观景平台成为公众场所，同时利用公路及海上游线串联陆上观景平台，构建陆上观景廊道。

海面观光：优化提升海水浴场、摩托艇、香蕉船、冲浪、帆船等传统的海上运动娱乐项目，采取集群化的发展模式，统一管理。发展帆船、游艇、游船、邮轮、海钓为代表的中高端海上旅游产品及开发海上风电观光等休闲旅游产品，丰富海上旅游产品体系。

低空观光：海平面 300 米到 1000 米之间的空域范围，是阳江滨海旅游从海平面向低空拓展的核心区域。立足阳江低空观光的发展需求，构建阳江低空观光的产业体系，以水上飞机、滑翔伞、直升机、热气球（自由式）为主要载体，发展低空观光、空中婚礼、低空驾驶体验、低空极限运动、航拍摄影、空中交通运输等专项产品。

4. 开发项目

（1）滨海景观廊道

【开发思路】围绕阳江滨海旅游区域，着力打造滨海蓝道景观廊。沿着海岸线寻找良好的俯览海滨城镇全貌的观景点，使这些观景平台成为公众场所，同时利用公路及海上游线串联陆上观景平台，构建陆上观景廊道。

【亮点项目】山顶观景平台、环海路休憩站、红树林湿地公园木栈道、漫步栈道。

（2）海上丝路

【开发思路】借助邮轮、游船、游艇等水上交通工具，围绕海上丝绸之路文化，打造“船说·南海丝路”系列产品。萃取和筛选海上丝绸之路文化主题，突出海上丝路的特色。加快海上丝路与旅游产业融合，整合利用更加多元的文化资源，提升现有海上丝路旅游产品。

【亮点项目】海上邮轮、仿古游船、海上表演、海上摄影、海上餐厅、海上婚庆、海上垂钓、夜游产品、水上巴士、海上降落伞、海上风电观光。

（3）低空飞行

【开发思路】立足阳江低空旅游的发展需求，构建阳江低空旅游的产品体系，包括空中观光、空中交通，以及空中婚礼、驾驶体验、航拍摄影等专项产品。以水上飞机、直升机、热气球、滑翔伞、动力三角翼、动力滑翔伞等飞行器为载体，俯瞰阳江的海洋、海岛、山地、田园景观。针对摄影爱好者策划开展空中摄影项目。

【亮点项目】低空飞行基地、滨海低空运动基地、空中婚庆、驾驶体验、航拍摄影。

（四）海下特种旅游产品

1. 发展现状

阳江市目前只有少许旅游景点设置海下特种产品。

阳江地区海下特种旅游产品处于起步期和粗放开发的阶段，主要包括深海潜水、海底探险、海底休闲时间等活动项目，分布在滨海区域，对长途游客吸引力有限；注重海下特种提升的休闲旅游产品、康体健身类旅游产品、以及针对滨海具有较强参与性、技术性的户外拓展类旅游产品开发相对滞后，不利于提高游客参与程度。

2. 开发思路

合理利用海底生物资源，开展海底科普探险活动、休闲潜水等海底活动，满足不同客群的体验需求，探索独特的水下生态世界。

3. 开发模式

【“等级体验”模式】

- 专业潜水
- 休闲潜水
- 技术潜水

4. 开发项目

（1）深海潜水

【开发思路】围绕阳江滨海旅游深海区域，着力打造休闲潜水系列产品。分海域设置不同等级的潜水活动，以专业潜水+休闲潜水相结合的方式，开展潜水活动，满足专业人士及普通大众的需求。同时，开展“一对一”潜水教学课程，为大众游客提供探索海洋的平台。

【亮点项目】专业潜水俱乐部、休闲潜水会所、潜水培训基地。

（2）海底探险

【开发思路】依托海底丰富的生物资源，同时导入海底摄影、海底雕塑展览等活动，引领海底探险新风潮。

【亮点项目】海底摄影协会、海底雕塑博物馆。

（3）海底漫步

【开发思路】游客在专业潜水人员的监控下，带上透明氧气玻璃头盔，沿着潜梯慢慢进入水中，漫步在水深3-10米的海底，近距离欣赏海底的美丽景观，并用特殊鱼饵吸引鱼儿，体验神秘的海底世界。

【亮点项目】海底漫游走廊、海底漫游拍摄。

（五）城市娱乐旅游产品

1. 发展现状

阳江滨海旅游产品结构不完善还体现在城市娱乐旅游产品的缺失。城市娱乐

旅游产品的缺乏，使得阳江对于滨海旅游细分市场的把握略显被动，无法有效满足市场需求，优质特色资源得不到充分利用。如何通过旅游产品的深层次开发和提升，丰富游客的旅游内容和层次，延长游客的停留时间，提升游客满意度，从而塑造旅游品牌形象，是新阶段旅游发展中需要解决的关键问题。

2. 开发思路

依托海陵岛现有度假设施基础，特色城市旅游形象，构建丰富多彩的度假旅游产品，优化滨海旅游环境氛围，提升资讯平台与交通设施，完善健全度假旅游配套服务，引爆购物旅游，使阳江滨海旅游服务国际化、标准化。

3. 开发项目

（1）海洋运动

【开发思路】依托潜水旅游、帆船旅游产品的发展优势，加快对这两大产品优化提升，培育“潜水运动基地”、“海上帆船休闲之城”等品牌形象；同时加快对新型海上运动项目的开发，优化提升传统的运动产品，培育“阳江海上运动基地”的品牌。

【亮点项目】国际滨海运动训练基地、欢乐沙滩主题公园、帆船帆板旅游基地。

（2）创意会展旅游综合体

【开发思路】打造集大型屋顶花园、创意产业园、会展中心、国际会议中心、度假酒店、餐厅和高尔夫球场等精品项目于一体的旅游综合体。

【亮点项目】创意文化园、会展中心、国际会议中心。

（3）温泉养生基地

【创新思路】依托以“温泉养生”为主题的滨海旅游特色，创造属于阳江的温泉、食疗、健康的疗养，形成阳江自身的养生康疗产业体系。

【亮点项目】阳西咸水矿温泉旅游度假山庄、阳东温泉度假村、凤凰湖国际温泉度假村、塘口热水温泉度假村。

（4）演艺活动中心

【开发思路】以国际性海洋节庆、赛事与演出的举办为核心，进一步打响阳江滨海旅游品牌，同时通过一系列国内外海洋资源、科研、产业会议、节庆演艺活动等带动阳江滨海旅游经济发展。利用海上丝绸之路概念，打造具有特色、异域风情的海丝节庆活动，如在海陵岛同时举办海上丝绸之路文化节与南海开渔节，做大做强海陵岛的节庆文化。

【亮点项目】浪漫海岸水秀、快乐港湾、海上丝绸之路文化节、南海开渔节。

（六）产业融合旅游产品

1. 发展现状

相对于其他旅游产品而言，阳江地区产业融合旅游产品处于粗放开发的阶段，主要包括休闲渔业、创新海洋文化、时尚产业、海洋美食等活动项目，分布在滨海、县城及周边乡村等地区，对长途游客吸引力有限；缺乏注重文化内涵提升的休闲旅游产品及时尚文化类旅游产品。

2. 开发思路

【挖掘海岛文化，渔港生产生活体验】发展休闲渔业，应立足当地资源优势，突出地方特色，坚持现代渔业、生态保护与观光旅游、休闲度假相结合。按照统筹规划、合理布局、循序渐进、产业化发展的思路，在加强引导与管理的同时，通过多方式多措施有序推进产品开发。

3. 开发模式

【“产业聚集化”发展模式】

- 渔旅融合

4. 开发项目

（1）休闲渔业

【开发思路】以闸坡旅游区为中心，发展休闲渔业，向海陵湾、海陵岛及附近岛屿四周扩展，并依托渔港的沿海水域发展内陆休闲渔业。休闲渔业和旅游业有机结合，将会给旅游业增加新的内容，带旺旅游业，促进旅游业的发展。

【亮点项目】闸坡渔家度假村、东平大澳渔家文化村、沙扒渔港休闲渔业园、海钓基地、海洋牧场、渔家乐。

（2）创意海洋文化

【开发思路】以广东海上丝绸之路博物馆为依托，打造一系列辐射华南和集收藏保护、展示教育、科研、旅游观光等功能于一体的海洋文化创意产品。带动阳江大海洋文化、旅游、商贸及服务业的大发展。

【亮点项目】海洋主题乐园、海洋艺术馆、主题 4D 影院、“南海 I 号”主题餐厅。

（3）时尚产业

【开发思路】拓展美丽休闲阳江，打造以“美丽”为主题的阳江滨海旅游特色产业，策划滨海旅游大使大赛、美丽阳江精英模特大赛，并与相关产业链紧密相结合，形成阳江自身的美丽时尚产业体系。

【亮点项目】主题服装大赛、滨海旅游大使大赛、模特大赛。

（4）海洋美食

【开发思路】依托阳江丰富的海洋资源和疍家民俗文化，形成以热带水产、海洋制品为主，风味小吃为辅，融购物、娱乐、休闲、旅游为一体的海上美食部落。

【亮点项目】海产品购物、海上人家。

第十章 产业发展规划

一、总体思路

构建全要素旅游产业链条，促进泛旅产业融合发展，由单一产业向综合产业联动升级转变。

发挥滨海旅游产业的龙头引领、链条延伸、集群共生效应，抓好精品旅游景区、精品旅游度假区、重点滨海旅游城镇、龙头企业四大旅游龙头，铸好滨海旅游相关产业链条，建好滨海度假、主题旅游、融合产业、滨海风情小镇四类产业集群，通过“抓龙头”、“铸链条”、“建集群”、“兴产业”，构建阳江市滨海旅游产业体系。

二、抓龙头

通过精品景区的内部提质、外部扩容，实现围绕景区更加深入的全域旅游，以旅游度假区为抓手，树立阳江滨海度假旅游的龙头地位，建设一批国内外知名的旅游项目，引入、培育龙头企业，带动阳江市泛旅游产业全面发展。

表 10-1 发展目标一览表

培育龙头	发展措施	发展目标
精品旅游景区	以海陵岛为龙头，依托十里银滩高端旅游精品项目和“南海 I 号”旅游品牌，充分挖掘滨海资源、历史人文、海洋文化等旅游资源，将海陵岛建设成为全国一流、世界知名的国际旅游岛。同时，拓展阳东珍珠湾、阳西月亮湾和沙扒湾等景区。	努力建设 1-3 家国家 5A 级旅游景区。
精品旅游度假区	依托现有产业优势，完善休闲产业配套，提供国际标准服务，树立阳江滨海度假在珠三角的龙头地位。	努力建设 3-5 家省级旅游度假区，培育国际龙头。
重点滨海旅游城镇	发挥阳江海陵岛的品牌效应，加快提升滨海	在 5 年内打造 2-3 个知名

	新区、阳西沙扒、阳东东平等旅游城镇的吸引力和知名度。	度位居全国前列的滨海旅游城镇。
龙头企业	出台政策进一步吸引国内外大企业入驻,扶持培育本土龙头企业,引领跨产业的全面发展。	新增百强酒店、百强餐饮品牌各一家。

三、铸链条

一旅促四业助推产业融合：将滨海旅游产业作为促进产业融合的主要抓手，构建以旅游产业为催化，海洋文化创意业、海洋休闲渔业、邮轮游艇业、滨海度假地产业融合发展的“一旅促四业”全产业链体系，进一步完善旅游公共服务支撑体系，构筑阳江滨海旅游引领的复合型产业链条。

（一）主导产业

表 10-2 滨海旅游产业一览表

滨海旅游 “十二头”	有看头	看有绝色	海底、海空、海岸、海岛、海上等滨海观光
	有住头	住有暖色	定制海岛度假、邮轮度假、海上渔家、度假水屋等
	有玩头	玩有喜色	帆船、滑板、冲浪、海钓、渔民体验、岛礁潜水、海丝遗迹探秘等
	有吃头	吃有绿色	特色海产、海岛水果、绿色食品、地方美食、养生餐饮等
	有买头	买有特色	邮轮免税购物、海上丝绸之路文化创意产品、海产品等
	有疗头	疗有起色	气候养生、温泉养生、海水养生、体育健身等
	有行头	行有个色	游艇、游船、邮轮、低空飞行、渔船等
	有说头	说有亮色	海洋论坛、名人故事等
	有学头	学有真色	海洋文化海岛土著文化传承、海底生物探险、海底地貌景观教育
	有拜头	拜有灵色	海洋崇拜、海岛文化、宗教文化等
	有享头	享有本色	优越气候、海岛度假、海钓休闲、海洋文化节庆等
	有回头	回味无穷	游客口碑效应、旅游品牌效应

（二）新业态产业

1. 海洋文化创意业

加快海洋文化旅游项目建设，以重点项目带动海洋文化创意产业发展；搭建海洋文化节庆会展活动平台，以平台促进海洋文化创意产业交流；培育相关文化创意企业，扩大海洋文化创意产业主体；营造良好政策环境，通过政策扶持、技术指导、资金补助等方式提供海洋文化创意产业发展的良好氛围。

（1）发展条件

阳江文化类型多样，海洋文化开发潜力最大：阳江市历史悠久，文化多样，所以形成了海洋文化、渔家文化、妈祖文化、节庆文化、民俗文化、生态文化等多样文化共存局面，根据市场需求导向，文化转化产品难易度，市场的耦合度等，海洋文化的文化包容性最强，开发潜力最大。

海上丝绸之路文化品牌带动效应强，产业对接难度高：海陵岛将以海上丝绸之路文化产业为发展重点，探索旅游与海上丝绸之路文化的深度融合，建成中国知名的海上丝绸之路文化产业集聚区。海洋产业、创新文化、工艺设计等将带来巨大地发展机遇，促进阳江滨海区域的文化实现升级换代。

（2）发展策略

文化元素渗透：向产品、景区、酒店、城市景观渗透。

文化节庆引爆：月月有节庆，天天都精彩，为阳江滨海旅游注入内涵。

文化商品激活：创新、研发、制造、销售的链条式打造。

文化园区建设：培育影视文化基地，特色产业园区。

（3）发展思路

以体制创新与政府引导相结合：加快成立海洋文化产业集团，整合海洋文化与旅游产业的融合发展，增强海洋文化发展活力；切实发挥政府职能，发挥政府在产业引导、市场监管和公共服务平台等方面的作用，为海洋文化产业的发展奠定基础。

把重点发展和整体推进相结合：重点扶持当前具有相对优势的海洋文化产业集群，如海丝文化、渔家文化、疍家文化等；改造提升传统文化产业，如妈祖文化等，鼓励发展具有良好市场前景的文化产业，如温泉养生文化、生态文化；逐步实现各个产业集群整体推进、联动发展。

以项目带动和产业集群建设相结合：与旅游项目结合，合理规划和布局文化服务业，引进和建设一批投资规模大、辐射带动强、科技含量高、市场前景好的大项目；以重大项目为依托，完善产业链，增强旅游业和文化产业的融合。尤其加强海陵岛文化集聚效应和带动作用，实现与全市文化产业的互动。

（4）开发方向

表 10-3 海洋文化创意业开发方向一览表

吸引链	配套链	延展链	运营链
国际级 文化旅游吸引	功能服务 产业配套	拓展功能 扩大产业面	产业链形成的枢纽 市场运作的关键
大海洋文化	各种要素及服务业态	节庆体验活动	文化协会、企业
<ul style="list-style-type: none"> • 海上丝绸之路文化 • 渔家文化 • 妈祖文化 • 节庆文化 • 温泉养生文化 	<ul style="list-style-type: none"> • 特色文化旅游纪念品、手工艺品等 • 特色文化主题酒店、风情客栈、国际青年旅社、露营地、汽车旅馆 • 渔家美食、养生美食等 	<ul style="list-style-type: none"> • 阳江开渔节 • 阳江风筝节 • 滨海体育运动：潜水、帆船 • 开发海洋文化产品，如“南海 I 号”模型等 • 手工艺品生产过程观光 	<ul style="list-style-type: none"> • 中国海洋文化产业协会、中国对外文化交流协会 • 国内外大型海洋文化旅游投资集团，包括保利集团、恒大集团等 • 蚂蜂窝、携程、艺龙、去哪儿等旅游网站

（5）发展措施

加快文化项目建设：加快建设广东海上丝绸之路博物馆、“海上丝路”文化创意园、海上丝绸之路文化公园、海丝国际剧场等重大项目，依托项目的带动和推进，重点培养和扶持海洋创意设计、海洋文艺创作、海洋主题项目等海洋文化创意企业和产品。建立海上丝绸之路产业园区，打造海上丝绸之路永不落幕的博览园。

推动行业交流：建立阳江市海洋文化产业项目库，搭建项目交流平台，为企业提供信息咨询、资金扶持、招商引资等服务。搭建大型展会平台，积极组织市内企业参加文博会展销活动，并由政府承担展位费、布展费用，减轻企业负担，通过参加深圳文博会、国际旅交会等展会大力提升阳江海洋文化产品知名度。

培育市场主体：通过命名阳江市海洋文化创意产业示范基地和示范企业来示范带动，通过集群带动、政策扶持、技术指导、资金补助等方式，培育阳江海洋文化创意产业集聚区。力争形成一批集海丝文化、渔家文化、疍家文化等大海洋文化的传承和展示基地、文化创意工业设计中心、艺术生产展示中心、休闲娱乐场所、国际文化交流中心。将阳江海洋文化产业的历年输出、产品输出、品牌输出、技术输出、人才输出、资本输出等环节融于一体，并通过创意设计、商务、信息、文化、展示、交易等功能带动现代阳江高端服务业发展。把阳江建设成国内一流国际型海洋文化交流平台。

2. 海洋休闲渔业

（1）发展思路

以阳江海水捕捞、海水养殖为核心与基础，深挖休闲渔业、渔家文化资源，打造一批具有浓郁地方特色和民俗风情的海岸渔村。积极引导社区参与，构建海洋休闲渔业链条式系列产品，实现以海富民的最终目标。

（2）规划思路

创新探索：创新渔业与旅游融合发展的模式，设计以渔民为主导的特色服务和创意的旅游产品。

试点示范：实施旅游与渔业资源整合及产业协调发展示范点，推动休闲渔业发展。加大休闲渔业相关商品的开发。

整合资源建设休闲渔业基地：整合资源建设休闲渔业基地，利用现有渔业资源，坚持改造完善为主、新建为辅，打破单一生产、单一垂钓的简单模式；实施长短结合、养钓结合，充分与其他资源进行整合，不断拓展服务功能；建设一批统筹规划的休闲渔业基地，实现休闲渔业的复合功能，提高休闲渔业的整体水平和规模。

多方融合丰富休闲渔业产品：多方融合扩大协同效应，创新传统渔业，以科学技术和现代文化为支撑，充分利用各种渔业资源优势和生态环境条件，配合阳江游艇产业发展开拓海上游艇垂钓运动型休闲渔业，依托海陵湾、南海热带生物多样性发展水族欣赏型休闲渔业，结合渔家文化和民俗发展渔村人文欣赏型休闲渔业产品等。以闸坡旅游区为中心，将休闲渔业发展起来，再向海陵湾和海陵岛四周及附近岛屿扩展，接着向渔港的沿海水域扩展并发展内陆水域的休闲渔业。休闲渔业和旅游业有机结合，将会给旅游业增加新的内容，带旺旅游业，促进旅游业的发展。如在阳东区的东湖旅游区，可以适当增加钓、捕和品尝活鲜等旅游项目，可给东湖旅游区带来生机，还可增加淡水养殖渔业的产量和产值。

（3）发展措施

休闲渔业基地建设：依托中心渔港规划建设渔人码头，推出海上娱乐活动，同时配套休闲娱乐中心、海港俱乐部等设施；建设“阳江盐湖”健康中心，开发康养项目；建设鱼品大卖场，销售新鲜海产品、渔具和特色旅游纪念品；建渔家风情苑，以渔乡风情为主，提供餐饮、娱乐等服务；策划阳江海上游和国家中心渔港观光活动，筹办国际海洋与渔业论坛。

海钓基地建设：将海钓与休闲渔业、旅游等产业有机结合。发挥海钓业具有丰富的海洋旅游内涵的特征优势，加强海钓与旅游业、游艇租赁、休闲渔业、无居民岛屿开发等有机结合。

海洋牧场建设：依托海洋牧场的人工鱼礁和丰富的鱼类资源，以游艇、游船为交通工具，开展热带海洋生态观光和海上垂钓等活动，打造具有热带海洋特色的休闲渔业项目。

鱼疗养生园建设：以渔港为依托，打造休闲渔业垂钓基地，并配套乡镇海鲜旅游酒店、水产交易市场等服务设施；以“渔家乐”形式让游客和渔民一起坐渔船出海，参与近海传统捕捞作业，体验渔民水上生活；依托阳江“亲吻鱼”养殖，打造“鱼疗”主题康体酒店，主打温泉养生、“鱼疗”养生服务，开发海鲜食疗餐，做足鱼文化和养生文化。

3. 邮轮游艇业

（1）发展思路

由于阳江的工业体系不完善，难以支撑邮轮产业链的邮轮制造业以及零部件制造等配套产业和游艇制造业的发展需求，阳江邮轮游艇产业链的选择应发挥优势，采取高端取向、多元类型的发展思路，重点发展与邮轮港口基地相匹配的邮轮港口服务、邮轮维修、保养、岸上服务及消费等产业环节，延伸邮轮产业链，拓展邮轮经济和发展游船游艇码头、游艇俱乐部、游船游艇维修保养、游艇租赁、游艇交易、会议发展、游船游艇人才培养、游艇地产等相关产业，培育大产业体系，带动阳江海洋旅游高端化发展。

（2）规划思路

着力培育邮轮旅游：大力发展邮轮旅游业，积极延伸邮轮旅游上下游关联产业，把邮轮旅游发展成为滨海旅游的特色，将阳江市建设成为我国邮轮旅游强市，在国内领先、在世界有一定知名度的滨海邮轮休闲度假旅游目的地。再者，强化与国内市场的联系与合作，逐渐形成全国知名的品牌效应。

大力发展游艇旅游业：积极延伸游艇旅游上下游关联产业，把游艇旅游发展成为滨海旅游的特色，将阳江市建设成为中国游艇旅游示范地，在国内领先、在世界有一定知名度的滨海游艇休闲度假旅游目的地。

打造“海上蓝道”：推出多条精品线路。以阳江海洋旅游项目、岸上旅游景区的空间分布为基础，以码头为节点，开辟特色的海陆联动旅游线路；同时加快对夜间游船线路的开发力度，从而提升游线丰度，全力打造“海上看阳江”的主题旅游产品。

（3）发展措施

拓展邮轮港口服务：加快以阳江港为主的国际邮轮港口工程建设，使港口泊船承载能力具有国际水准，进一步推进邮轮保养维修体系、物流配送体系、废弃物接收处理体系、港口航运服务、燃油供给服务、配套商贸旅游服务等配套设施建设。

优化岸上活动组织：邮轮游艇以船上和岸上的经营内容为分界点，包括海上活动和岸上活动两部分，为更加有效的组织游览活动、合理分配游客、准确的控制活动时间，针对到港游客，重点做好交通组织、游览线路设计。

策划邮轮航线：设计南部湾、东南亚、环大洋洲、环球航线及策划“郑和下西洋”、“海上丝绸之路”等特色主题航线。

扩大发展游艇俱乐部模式：加快推动建立高端游艇俱乐部，为游客提供集餐饮、娱乐、住宿、商务、船只停泊、维修保养于一体的多功能场所。重点配套高级餐厅、健身中心、SPA、会议中心、商务中心、游泳池、航海用品商店、KTV、棋牌室、会员泊位等基本的服务设施；同时提供游艇租赁、会员活动、游艇代理销售、游艇进口代理、游艇注册登记等服务。

提升阳江国际游艇博览会影响力：游艇展览是游艇及相关产品服务集中展示、交易平台，也是业界相互交流合作的重要场合。依托阳江国内外的影响力、游船游艇资源，进一步扩大阳江国际游艇博览会影响，加快发展游艇产业论坛、新品发布、颁奖典礼等各种会议会展活动，吸引业内外人士、媒体、消费者、游客关注并参与到其中，打造阳江游艇展览与交易中心。

（4）游艇码头建设

表 10-4 岸线利用及布局规划一览表

岸线名称	岸线长度（km）	岸线类型
阳江港游艇休闲旅游岸线	5.5（其中鸡母坭至新坭、参将堂至石角岭南等海岸线规划为滨海旅游岸线）	都市公共需求型
海陵岛游艇休闲旅游岸线	8.0（海陵岛北汀湾等海岸线规划为滨海旅游岸线）	景区配套型
南鹏岛游艇休闲旅游岸线	2.0	景区配套型

月亮湾游艇休闲旅游岸线	4.0（其中散头咀至瑚角、福湖村至沙扒镇以南等海岸线规划为滨海旅游岸线）	景区配套型
珍珠湾游艇休闲旅游岸线	8.0（其中东平镇至北环村、下海屋至北津等海岸线规划为滨海旅游岸线）	景区配套型

表 10-5 游艇码头建设一览表

项目	项目选址	规划指引
阳江港游艇码头	阳江港	以国际性规模和标准来规划和建设阳江港国际邮轮港，使其成为国际邮轮航线停靠港。
海陵岛游艇区	北汀湾、大飞洋、闸坡渔港、恒大码头、力壁湾	将海陵岛建设成阳江市及南部地区经济社会发展和对外开放的重要依托，阳江市发展旅游事业的重要窗口，阳江市旅游客运和大型游船停靠的重要港区，促进阳江市旅游业国际化程度不断提升。
南鹏岛游艇旅游区	南鹏湾	建设北部游艇母港区、东部游艇度假区，该区地形为低缓坡地，植被郁郁葱葱，较为茂盛，空间独立性强，具有良好的私密性，周边海岸礁石众多，利于海钓，可满足游客的度假和海钓需求。
沙扒游艇码头	沙扒镇	坐游艇游船，体验当地风情、观赏当地美景、体验民俗港湾秀、逛水产集市。
东平游艇码头	东平镇	建设有造船厂、船排厂、渔机维修厂、冰冻厂、水产品加工场、储油库等渔港后勤服务企业。

4. 滨海度假地产业

滨海度假地产业是阳江现阶段旅游产业和国民经济的重要利润来源，也是阳江发展度假旅游重要的基础。但由于旅游地产缺乏有效的规划指导，出现了地产项目主要集中在海岸线区域、功能相对单一等问题。从旅游布局和度假地产业可持续发展的角度，规划阳江市依托自身资源重点完善提升度假地产、商业地产、景点地产、住宅地产四类旅游地产项目。

（1）发展条件

具备打造高端旅游地产的优势。阳江滨海地区的水质、地形地貌及生态环境等资源是打造宜居城市的优质本地资源，适合打造高端休闲度假型旅游地产。

城市化扩张趋势下，具有发展旅游地产的需求。阳江市目前正处于快速城市化的进程中，未来城市化的扩张对于强调生活品质的旅游地产需求巨大。

（2）发展思路

旅游地产必须与旅游同步发展，同时促进旅游目的地的形成。

整合规划区优质生态度假资源，在现有产业基础上，发展滨海度假地产、养老地产、风情小镇等旅游地产模式，强化基础设施建设，通过旅游地产项目的建设，带动区域城镇化建设。

（3）发展模式

【多维发展构架】打造吸引核、形成休闲聚集、创造延伸发展。

【主题化】快速回笼资金。

【混合消费】增加多类型的营业收入方式。

【商品化】提供多元化的旅游产品。

（4）发展措施

重点打造四类滨海旅游地产：

【滨海旅游度假地产】为游客或度假者提供直接用于旅游休闲度假居住的各种度假型建筑物及关联空间，如主题酒店、商务酒店、度假村、产权酒店以及用于分时度假的时权酒店等。重点区域位于滨海地区。

【滨海旅游商业地产】在旅游区内或旅游区旁边提供旅游服务的商店、餐馆、娱乐城等建筑物及关联空间。依托田园、山水等资源建设乡村俱乐部、休闲会所等。

【滨海旅游景点地产】在景区内为游客的旅游活动建造各种观光、休闲、娱乐性质的、非住宿型的建筑物及关联空间，比如主题公园，游客中心等。

【滨海旅游住宅地产】与旅游区高度关联的各类住宅建筑物及关联空间。包括特色新农村、滨河、滨湖的景观地产等。

重点发展四大旅游地产板块：

【滨海片区】依托海陵岛的先天自然环境优势，整合现状的房地产资源，结合区块内的旅游度假、商务会议、高尔夫等发展规模性旅游地产，成为阳江滨海度假产品的代表。

【城区片区】重点推进阳江江城区建设和改造工程。提升城区整体面貌，完

善旅游服务功能。

【沿江片区】沿漠阳江区域打造旅游地产发展，向海推进，可与滨海地区旅游地产形成呼应。

【旅游小镇片区】依托阳西沙扒、阳东东平，以特色渔家小镇为代表的兼具文化、商业、旅游等功能的旅游小镇片区。

四、建集群

（一）滨海度假集群

以阳江海陵岛十里银滩度假区为龙头，引入一系列国际知名、各具特色度假企业集群，形成国际级滨海旅游度假区集群。

“南海 I 号”、大角湾为核心的海岛产业集聚区：阳江旅游产业发展的龙头，也是滨海旅游最强集聚区。依托“南海 I 号”、大角湾景区及十里银滩各大地产酒店的进驻，形成滨海度假景区和高端休闲度假酒店两大集群。

（二）主题旅游集群

以海洋主题旅游集群为核心，重点在海陵岛发展一系列主题旅游区，带动西翼、东翼滨海旅游发展。

主题旅游集聚区：在广东海上丝绸之路博物馆周边，整合海陵岛上现有主题旅游区，以建设海上丝绸之路文化主题乐园的形式，重点建设一系列旅游服务综合体，将现有的旅游度假区、旅游综合服务区完善其功能、提升其品质。以此推进旅游产业集聚发展，促进旅游集中服务，提升旅游服务能力，充实休闲度假旅游产品。

（三）融合产业集群

依托旅游业的综合性，联动产业、联动行业、联动全民，实现综合产业综合发展的大旅游格局，以产业融合模式，实现百姓参与旅游收益。

高新技术产业集聚区：依托高新区三大产业园及溪头港，以阳江港为核心打造阳江市工业产业转移示范区。

阳西文化产业集聚区：依托阳西咸水矿温泉、阳西民间艺术馆等资源，打造阳江市艺术创意产业中心。

阳东温泉产业集聚区：依托阳江温泉度假村、东湖星岛、新州沸泉等资源，借老品牌温泉及新开发温泉，打造温泉旅游产业带。

（四） 风情小镇集群

利用滨海大道、沿海公路，依托东西两翼滨海旅游景点，通过沿海公路串联一批具有滨海风情特色的风情小镇旅游集群。

月亮湾为核心的沙扒滨海产业集聚区：依托月亮湾、沙扒湾海天旅游度假区、北额岭、青洲岛等资源，加快建设旅游强镇，打响美丽滨海风情小镇品牌。

珍珠湾为核心的东平滨海产业集聚区：依托大澳渔村、珍珠湾、阳江核电站等资源，建造一些渔业小镇，星级酒店、主题酒店、特色酒店、特色民居，打造渔乡风情小镇。

五、兴产业

（一） 餐饮业

1. 餐饮设施需求预测

（1） 测算公式

根据游客规模估测阳江滨海旅游业发展所需要的旅游餐馆座位数量（不包括当地消费的基本餐位数），餐位数的预测公式：

$$C = (NP/T) * R$$

其中：C 为餐位估测数；N 为日均游人量（人次/日）；P 为游客就餐率（%）；T 为平均每餐位的顿餐周转率；R 为规划调整系数。

（2） 预测系数的确定

根据旅游业的一般规律，一日三餐中游客就餐率最高的是午餐；早餐一般只有过夜游客需要，且基本上在所住宾馆解决；晚餐的就餐率要高于早餐，但比午

餐要低的多。因此，测算中，以午餐的情况来确定餐位数的规划数量。

1) 2017 年（规划近期末）

游客就餐率为 60%。不过夜目的地游客就餐率 90%，过夜游客就餐率 100%。全年可游天数以九个月（270 天）计算，平均餐位顿餐周转率取 1.6。调整系数取 1.3。

2) 2020 年（规划中期末）

游客就餐率为 70%。不过夜目的地游客就餐率 90%，过夜游客就餐率 100%。全年可游天数以九个月（270 天）计算，平均餐位顿餐周转率取 1.6。调整系数取 1.6。

3) 2025 年（规划远期末）

游客就餐率为 80%。不过夜目的地游客就餐率 90%，过夜游客就餐率 100%。全年可游天数以九个月（270 天）计算，平均餐位顿餐周转率取 1.6。调整系数取 1.6。

（3）测算结果

表 10-6 阳江滨海旅游接待餐位数量需求预测表

低方案	近期（2017 年末）	中期（2020 末）	远期（2025 末）
日游客接待量（人次）	66386	94526	133805
餐位数（张）	32363	66168	107044

2. 提升指引

发挥本市饮食资源的优势，深度挖掘饮食文化和特色，重点开发特色且知名度高的餐饮、美食品牌，打造粤西地区滨海餐饮美食品牌。引进世界各地美食佳肴、服务方式，创造多元化的旅游餐饮产品与服务体系。把餐饮作为旅游的重要组成部分，合理布局旅游餐饮网点，根据旅游线路特别是自驾车旅游线路的设置，在合适地点设置休息点及餐饮供应点。引导旅游区（点）中的餐饮场所突出的海丝和渔家文化元素。在滨海旅游景区、滨海旅游城镇、滨海旅游乡村有选择地适度推进美食街、美食城、美食点建设，作为旅游配套建设的重要举措；进一步推

动和做大各地旅游美食节，并在场地和节庆形式上进行创新；规范旅游餐饮管理，优化旅游餐饮环境，严格控制餐饮污染。

3. 提升措施

在各区县打造独具风格的海鲜街，以滨海主题景观小品点缀，形成滨海风情餐饮集聚效应，使旅游饮食本土化、主题化。

定期举办主题型美食节，结合各区县季节性旅游资源，形成节庆旅游产品，扩大阳江美食知名度，并加大产业间的融合。

提高生产技术含量，使海产品的食材生态化、产品特色化、包装设计高端化。

举办阳江饮食文化论坛，邀请阳江市旅游协会、著名时尚美食家等作客论坛，对话“舌尖上的美食”，推广阳江旅游饮食文化。

通过税收优惠政策，鼓励中小型饮食企业引入创新管理模式，提高饮食卫生标准，规范经营行为。

4. 提升计划

【近期】整合阳江市海产资源，提高食品卫生标准，营造安全卫生饮食环境；

【中期】打造特色美食街、海上渔家大排档，融合渔家饮食特色，举办旅游美食节，推广渔家美食；

【远期】完善海产供应链，提升产品加工技术、提高产品包装设计品味，让游客吃得开，带得走。

（二） 住宿业

1. 住宿设施需求预测

（1） 测算公式

根据年游人规模估测阳江市滨海旅游发展所需要的旅游接待住宿床位数量，计算公式如下：

$$E = (NPL/TK) * R$$

其中，E：总住宿床位数（个，床位）；N：年游客量（万人次）；P：游客过夜率（%）；L：平均住宿天数（天人次）；T：年可游天数（天）；K：床位平均利

用率（%）；R：调整系数，为满足高峰需求而根据实际情况做的小幅调整。

（2）测算系数确定

分别估测规划近、中、远三期末的2017年、2020年、2025年三个时间点的住宿床位数，其接待数量均依据市场规模预测的弹性方案。

1) 2017年（规划近期末）

预测游客过夜率为30%。过夜游客的平均住宿天数取2天，全年可游览天数以九个月（270天）计算，床位平均利用率为60%。调整系数取1.0。

2) 2020年（规划中期末）

预测游客过夜率为35%。过夜游客的平均住宿天数取3天，全年可游览天数以九个月（270天）计算，床位平均利用率为65%。调整系数取1.02。

3) 2025年（规划远期末）

预测游客过夜率为35%。过夜游客的平均住宿天数取5天，全年可游览天数以九个月（270天）计算，床位平均利用率为80%。调整系数取1.05。以保证有一定量的富余床位。

（3）接待规模预测

表 10-7 阳江滨海旅游接待床位数量需求预测表

低方案	近期（2017年末）	中期（2020末）	远期（2025末）
游客接待量（万人次）	1792.56	2552.30	3612.87
床位数（张）	66386	155750	307333

2. 提升指引

完善重点景区景点的配套住宿设施，改造和提升现有住宿设施的档次和功能。积极培植有地方特色与滨海特色的民居旅馆和度假酒店，引导投资商开发度假型、生态型、会议型、经济型、商务型和主题型酒店，适当建立野外露营基地、汽车宿营地和青年旅馆。鼓励吸引国内外高星级酒店品牌和优秀经济连锁型酒店品牌进入广东滨海地区；引导和支持本土酒店向集团化、网络化、品牌化、国际化经营方向发展；支持发展本土化的精品单体酒店。鼓励社会旅馆参加星级评定，规范家庭旅馆，提供安全、卫生、舒适、周到、温馨、优质的住宿设施。

3. 提升措施

对现有宾馆、饭店、招待所、家庭旅馆等住宿设施进行改扩建，盘活现有的住宿设施存量，完善软、硬件设施。建设高星级商务酒店，依托美丽海景，建设海边风情小屋，以滨海元素设计建筑风格；围绕渔家文化特色，建设渔家特色酒店。

饭店（宾馆）设施的布局与建设，应统筹规划，坚持游住分离和集中建造的布局原则，选择建设条件好的地带进行规模性建设，以形成优质高效的服务产品。

积极鼓励社会力量兴办家庭旅馆、渔家旅馆、青年旅舍等经济等级饭店，促进饭店服务的多元化、大众化，以及饭店供求之间的动态平衡。

注重饭店（宾馆）的宣传促销工作，注重各旅游接待区饭店企业之间的战略联盟，加强饭店企业之间的协作。

4. 提升计划

【近期】适当调整住宿业区域布局，缩小区域间住宿服务缺口，实现各区县住宿供给平衡；合理调整住宿档次结构，符合国内外相同消费层次游客的消费水平；促进住宿类型和功能多样化，匹配不同类型游客的旅游需求。

【远期】融入海洋主题氛围营造，打造滨海主题度假酒店群；植入绿色经营理念，塑造阳江生态旅游城市形象。

（三）旅行社

1. 提升指引

鼓励发展不同类型的旅行社，建立多元化、多层次的旅行社体系；扶持和培育骨干旅行社，走集团化、网络化、国际化之路；吸引国际上有实力的品牌旅行社到阳江滨海各地设立分支机构，利用这些旅行社的网络营销关系和科学的管理模式拓展客源市场，带动整个目的地的旅游业；鼓励旅行社的适度专业化发展，包括发展专业化滨海旅行社，形成一批专长以至专营滨海旅游的旅行社；加强省内各地旅行社之间的合作，从联合促销、共同研发旅游线路和产品、相互借鉴管理模式、沟通信息以及培养人才等方面着手，提高整个行业的经济效益与经营管

理水平；加强阳江市旅行社与广西、海南、福建、香港、澳门、台湾及其他区域旅行社的合作与联动，共同促销旅游线路，开拓市场范围。规范滨海地区旅行社的市场管理，积极推进依法治旅工作，规范市场秩序。

2. 提升措施

政府应该支持本地旅行社强强联合，重点发展一批大型旅行社集团，使大型旅行社集团化、鼓励收购、兼并小旅行社。中型旅行社则应重点针对某些专业市场需求开发专业化的旅游产品，形成专业小旅行社。引导小型旅行社成为大型旅行社的代理商，利用大型旅行社集团的品牌进行特许经营。

优化旅行社内部结构，提高市场竞争力。逐渐把阳江旅行社传统的各自为政的水平分工体系，形成旅行社经销商——批发商——零售商的垂直分工体系，既服务民众又保证质量，提高市场占有率与市场竞争力。

实现导游职业自由化、专业化。阳江应尽快成立专业导游公司，由旅游局统一管理，建立导游人员数据库和服务呼叫中心，以便为旅游者和旅行社提供专业导游服务，也为志于从事导游工作的人士提供就业的渠道。

3. 提升计划

【近期】数量上，国际旅行社达到至少 8 家，国内旅行社至少 50 家；

【中期】业务管理上，平衡大中型旅行社经营水平差异，规范竞争环境；

【远期】服务水平上，健全导游服务体系。

（四）交通业

1. 提升指引

区域旅游出行。以公路为基础，铁路、水路、航空多种旅游出行方式协调发展，紧密联系区域内各重要旅游城市；开拓区域内至港澳台、国内其他重要沿海城市、东南亚国家沿海城市的航线，形成布局合理、分工明确、层次清晰、与其他运输方式衔接较好的水运旅游出行系统。以信息化、网络化为基础，加快智能型交通运输的发展，推进现代旅游出行系统的形成。

景区入口交通。完善通达旅游景区（点）的公路建设，提升通达旅游景区（点）公路的等级，加强通达旅游景区（点）公路的交通管理，缩短旅游者花费在通达旅游景区（点）的公路上时间。开通旅游直通巴士、旅游专线等旅游出行服务，把地区内各个景点串联起来。合理解决进入海岛的旅游出行问题，加强从市区到旅游码头，以及从旅游区内部到旅游客运码头的交通衔接。发展水上直升机等特色旅游出行方式进入海岛旅游区。

景区内部交通。发展多样化的特色景区内部交通游览方式，满足旅游者求新、求奇、求特、求异的心理需要，从而达到“游旅结合”。

2. 提升措施

通过区域交通系统的完善，利用低空航道、陆上绿道、海上蓝道等多层次串联各区县之间知名景点景区。各区县通过增设公交线路，紧密各景区间的联系，利于旅游产品组团开发。

完善各高速公路出口处旅游标识系统，建立并完善综合旅游区和旅游服务中心区的各种交通信息标识，如警告、指示、道路导向、停车场等标识。同时健全全区内各街道的道路指示牌、公厕指示牌等。

匹配日益增长的自驾游需求，适度发展汽车租赁行业，加大旅游业与其他行业联合，逐步发展旅游汽车租赁行业。

实现旅游交通服务智能化。使得道路、客运、公交、出租、停车场等公共交通信息通过网站、手机短信、呼叫中心等方式，向游客和交通出行者发布。

3. 提升计划

【近期】以“进得来，出得去，散得开”为原则，在充分利用现有公共交通系统基础上，使区域内部旅游交通和景区内部交通形成环线，缩短交通时间。

【中期】构建并丰富旅游道路体系，海陆空立体化交通相配合；完善旅游交通标识系统，促进旅游交通服务智能化。

【远期】提高旅游道路等级，优化旅游交通结构，科学布局交通线路，形成规范的低空航道、陆上绿道、海上蓝道，构建与旅游发展相适应的多层次、高水平、布局合理、网络化的现代旅游综合运输体系。

（五）购物业

1. 提升指引

形成完善的旅游商品系列和旅游购物品销售体系。大力开发和制造具有阳江滨海特色的旅游工业品、旅游纪念品。构建旅游商品产业链条，形成产供销一体化的旅游商品生产销售网络体系及生产销售基地，带动旅游购物场所的规范化建设。优化旅游购物场所的环境，增加休闲配套设施，营造良好的购物体验环境。

2. 提升措施

依托阳江资源特色，优先打造旅游工艺品/纪念品系列、旅游用品系列、旅游食品/饮品系列、旅游音像/书籍用品系列、保健品/中成药系列，形成阳江旅游商品品牌体系。

选择在景区游客中心建设旅游购物中心，集中各区县的核心旅游商品，方便游客购买。

提高商品设计包装层次，健全销售链，提高旅游商品的促销力度。

举办旅游纪念品设计大赛、旅游商品展销和“地方优秀旅游商品”评选等活动，促进旅游商品的发展。

拓展旅游商品开发模式，引导农民到旅游商品开发制造行业就业，建立“企业+基地+农户”的三合一模式，走规模化生产道路。规范购物市场。

旅游商品经营规范化，设置商品种类、商品质量、服务水平、游客反馈等条目，评比星级旅游购物商店。

加大政府扶持力度，对开发潜力好、知名度大、附加价值高的旅游商品及企业适当给予政策倾斜。

3. 发展创新

【建立旅游商品生产基地】阳江市旅游商品同质化严重，需要建立阳江市旅游商品生产基地，培育地方特色旅游商品，赋予商品特有内涵，提升旅游商品价值。围绕旅游商品的类型、要素、文化内涵，设计旅游商品，开展一系列整合推广工作，包括调研、策划、设计、媒介组合等，落实到每一个运作层面和实施细节，形成健全的旅游产业链。

【实现疍家商品时尚化】运用疍家人传统元素来设计商品，通过各种民俗节庆活动，展示传统的疍家风采。同时在设计中加入时尚元素，将疍家人的商品时尚化，不仅能打动广大旅游者，还能迎合国际市场的需求。

4. 提升计划

【近期】强化土特产、工艺纪念品加工，以几种特色商品和精品打入市场，培育阳江市品牌旅游商品。

【中期】提升海滨大道、闸坡渔市等现有旅游购物中心。

【远期】加强阳江市旅游商品的研究、生产销售，促进旅游商品产供销一体化，形成完整产业链，促进旅游商品产业化，实现规模效益，提高旅游商品的销售收入和知名度。

（六）娱乐业

1. 发展现状

阳江滨海地区的旅游娱乐集中在娱乐类和休闲类，而文化类和体育类旅游娱乐设施相对匮乏。

就目前的旅游娱乐设施状况，其对旅游发展的拉动作用仍然有限，需要调整娱乐设施类型结构，加大建设文化类、体育类娱乐设施比重，配合文化旅游、体育旅游发展需求，进一步延伸产业链条。

2. 提升措施

依托阳江滨海旅游资源特色，通过举办开渔节、美食节、风筝节等提高阳江娱乐内涵。

通过产业链对接，促使体育业与旅游娱乐业的合作，建设专业体育训练场。

促进旅游产业高端化，大力发展邮轮、游艇、海钓活动基地，举办大型活动赛事，建设多元文化中心。

3. 发展创新

【发展节庆旅游】依赖阳江滨海旅游资源，借风筝节、开渔节等传统节庆活动作为专项旅游产品来开发、培育。重视节庆旅游的发展，塑造旅游目的地的精神，提升旅游文化形象。

【建立多元文化中心】目前，阳江旅游目的地多以单一旅游资源为依托，较少综合型旅游中心。建立多元文化旅游中心，加强旅游产业集聚和融合，促进旅游产业高端化，全面满足旅游者的消费需求，提高旅游者的满意度。

4. 提升计划

【近中期】提升旅游娱乐配套服务，提升文化旅游活动，增加邮轮、游艇、海钓活动娱乐设施建设。

【远期】打造邮轮、游艇、海钓活动基地，举办活动赛事，建设多元文化中心。

第十一章 交通规划

一、总体思路

本轮规划阳江滨海旅游地区交通主要任务是构筑中心便捷、辐射全域的旅游路网骨架；打造山海城岛互动，东西联动交通格局；打通山海城岛任督二脉、修通计划中海陵岛与城区的交通线。

以“一条主动脉，两条联动轴线”提升阳江滨海地区交通网络体系。依托罗阳高速、S227 省道构建山海城岛互动轴形成一条主动脉；两条联动轴线分别是以沿海公路、西部沿海高速为主的滨海度假旅游带及以沈海高速、G325 国道为主的泛海休闲观光带。

二、交通规划现状

（一）对外交通

与周边城市的交通主要由高速路、国道、铁路为主。阳江的交通通过沈海高速 G15 及国道 G325 联通沿海粤西大部分城市，如广州、江门、茂名、湛江以及海南；通过沿海高速 S32 接通珠海澳门等地，强化了阳江市粤港澳地通客流量。

广东深茂铁路阳江段的建设已在 2011 年获国家发改委批准，阳江即将进入高铁时代，跨入珠三角为中心地两小时经济圈。水上交通上阳江并没有客运码头，但其有多个游轮码头，能有力的推动阳江市滨海高端旅游的发展。阳江现有合山机场，其阳江机场和粤西国际机场正在规划中，这两座机场的落成，将辐射全国甚至是全球，将为阳江带来国际客源，缩短游客与旅游目的地时间与空间的距离。



图 11-1 交通现状图

（二）对内交通

阳江市域内有 G325 国道(广湛公路)、S32 广东西部沿海高速公路(阳江段)、G15 沈海高速公路（沈阳—海口）、S51 罗阳高速公路（罗定—阳江），其中阳江至阳春已开通，罗定至阳春段已动工，汕湛高速公路（揭阳—茂名），东西贯穿整个阳春市，2020 年规划建设阳江市阳东至阳江港沿海高速公路、中开高速公路西延线阳江段等高速东西南北贯穿全市，为经济发展奠定坚实道路基础。

阳阳铁路（阳春站—阳江港）是阳江市主要的铁路运输系统，阳江港是我国对外开放一类口岸，可通航广州、深圳、香港、澳门等世界各地，拥有 10 个万吨级泊位码头。

三、存在问题

（一）对外交通

阳江滨海地区对外交通较便利，但仅限于珠三角及广东省内，对省外地区缺

少直达式交通。

（二）对内交通

阳江滨海地区境内主干道基本通畅，但是连接主要旅游景区的交通网络尚未形成，公路级别较低，容量有限，有些路段路况欠佳，周边绿化以自然生长的灌木丛或者草丛为主，尤其是部分乡道，还出现有坑洼等情况，限制了景区可进入性，亟需规划建设。

（三）交通配套

阳江滨海地区交通服务设施以交通功能为主，缺乏旅游配套功能，旅游交通的指示和导引标识系统不够完善和规范（如到景点的公路岔口标识没有标示），未来应规划设置必要的交通站点以及游客中心，在旅游景点和主要游客集散地以及餐饮、购物、娱乐场所对配套停车场的指示标识，为旅游者尤其是自驾车游客的出行提供方便。

四、规划内容

（一）陆路交通规划

1. 公路

加快推进海陵岛大桥、阳东至阳江港沿海高速公路、金平公路及阳江港大桥等项目规划建设。改造提升 S365 线、阳西县沙扒至丰头岛沿海快速干线、阳西县城至丰头岛一级公路、325 国道北惯至白沙段、海陵岛东部旅游公路等公路网，规划建设滨海大道，谋划沿线开发。

2. 铁路

（1）加快推进深茂铁路阳江段建设

近中期加快推进深茂铁路阳江段建设，高水平建设高铁枢纽站场，力争 2018 年前建成投入使用；远期规划建设深茂铁路阳江站至海陵岛轨道交通，以完善海

陵岛交通运输体系。

（2）推进珠三角城际轻轨阳江段建设

积极推进珠三角城际轻轨阳江段建设，紧密与珠三角的快捷联系，进一步促进商旅发展。

（3）加快阳阳铁路建设

加快对阳阳铁路进行升级改造，将正线 64 公里的 P43 轨更换成 P50 轨，提升阳阳铁路运输能力。

（4）站点规划

规划期内重点建设两大铁路枢纽站，分别是阳江港站（综合货运枢纽）和阳江站（综合客运枢纽），预留发展空间。

2. 公共交通

近期以常规公共交通为主体，完善公交网络体系。远期构建结构合理、换乘完善、可达性高、运营高效的轨道公交网络，强化轨道交通在机动交通出行中的核心作用，形成以轨道交通站点为核心的滨海城市客运交通组织，逐步实现轨道交通引领滨海城市土地集约发展，促进滨海城市交通、社会经济和环境的可持续发展。



图 11-2 交通规划图

（二）水路交通规划

1. 港口

（1）优化港口功能布局，打造阳江港形成“一区多点”的格局

根据《阳江港总体规划》修编，预测 2020 年阳江港总吞吐量将达到 6380 万吨。

阳江港包括海陵湾港区、北津港点及青湾仔港点。根据《阳江港总体规划》修编，海陵湾港区将形成三个作业区：吉树作业区、丰头作业区以及闸坡作业区。

各区功能如下：

吉树作业区：具备以煤炭、粮食、石油及其制品等大宗散杂货为主、集装箱为辅的运输功能；

丰头作业区：具备以散杂货及集装箱运输的临港工业基地为主，兼顾大型海洋重工业开发功能；

闸坡作业区：规划开发为邮轮及港澳客运港区。

北津港点：具备散杂货运输及具备渔产品物流中心、渔业补给、渔产品加工功能。

青湾仔港点：广东阳西燃煤电厂一期工程配套码头，位于阳西县溪头镇青湾仔，有 7 万吨级煤炭码头和 3 千吨级重件码头泊位各 1 个。具备以大宗煤炭运输功能。

（2）加快港口航运建设

加快建设阳江港 13、14 号泊位，推进#J1-J6、#4、#5-7、#15、#16、#17、#18、#19、#20、#21、#22 等码头泊位建设；加快推进阳江港 10 万吨级航道工程；加快建设阳江港港区铁路、疏港大道等基础设施。

（3）完善港口后方货运设施

在阳江港后方规划建设一处货运枢纽，集合公路和铁路运输方式，主要服务阳江港货运。在高新区临港工业区规划建设一处物流中心，集合公路、铁路运输方式，主要服务于临港工业区货运。

完善港口及后方货运停车设施，在港口后方陆域用地规划中预留货运停车场用地。

（4）发展现代物流服务功能

完善港口物流服务功能，制定货运优惠政策，建设区域性保税物流中心，促进向第三代港口发展转变。加强港口信息化建设力度，提高港口物流信息化水平。

2. 码头

建立水陆衔接的旅游码头体系。建设阳江港、寿长渡、端逢渡头、北津港点、溪头渡头、保丰、闸坡渔港、沙扒渔港、东平渔港、第一港口等各具特色的旅游码头。

以四类游船作为水上旅游特色支撑，构成阳江滨海水陆旅游大环线。

表 11-1 四类特色游船一览表

交通工具	内容
交通船	主要通过东平渔港、北津港点、阳江港、闸坡渔港及沙扒渔港串联这个

	滨海游线
观光船	主要串联北津港点、阳江港、溪头及第一港口之间近海岛城港口观光
休闲船	主要由城市河道出海口夜游为主
特殊功能船	主要“城—岛”衔接，自由出行为主



图 11-3 水路交通规划图

3. 水上公交

在阳江市滨海地区设置水上公交系统，一方面服务于城市客运交通，加强片区内部、片区之间交通联系；另一方面串联滨海地区各旅游景点，形成城市旅游休闲资源，展现滨海城市魅力。采用渐进式方式发展水上公交系统，通过规划、试点、成熟、推广的四步走模式，结合滨海区域的客流变化情况，适时开设水上公交线路。

（三）低空飞行规划

通航人梦寐以求的空中高速公路建设迈入崭新时代。依托国内首条低空航线“珠海-阳江-罗定”，以阳江为中心，向西建立至广西、向东建立至福建、向北建立至湖南的低空航线，同时打造珠三角城市群低空航线网络。

（四）慢行交通规划

高起点建设自行车道、人行道，推广“自行车+步行”出行模式，完善步行及自行车出行舒适安全、便捷的交通环境。加快阳江滨海地区绿道网建设，实现滨海地区与腹地绿道网的无缝对接，构建低碳环保的慢行交通系统。

1. 滨海自行车景观绿道

根据规划中的“沿海公路”，串联滨海各大核心景区景点，形成滨海旅游的绿色大动脉。在重点滨海区域大力开发自行车游线，建设环保型自行车道，设置多个租车节点，配备自助式公共自行车租赁系统，将自行车骑行打造为“最阳江、最时尚”的游览方式，进一步强化阳江滨海景观绿道的游憩氛围。

2. 滨海人行景观绿道

在沿海区域构建连续通畅的步行路径与网络，营造舒适宜人的步行设施与环境，形成以人为本的、体现阳江滨海旅游特色的步行系统，打造慢行者之城，体现宜居城市的舒适度。

五、游线组织

（一）阳江滨海旅游游线

1. 主推游线一

【阳江滨海风情游】东湖旅游度假区——东平渔港小镇——南鹏列岛——海陵岛——国家红树林生态旅游区（程村红树林）——阳西咸水矿温泉度假山庄——沙扒滨海风情小镇

（1）游玩行程（深度4天游）

D1：车赴阳江市【东湖旅游度假区】，游览【东湖星岛】108个绿岛，接着前往素有“南粤鱼仓”之称的【东平“渔家风情·浪漫小镇”】，游览我省唯一保存下来保持着原始渔家小屋风貌的渔村——【大澳渔家文化村】、【东平玉豚山海滨公园】、【珍珠湾】。晚住：东平镇。

D2: 从东平渔港小镇坐游船到达【南鹏列岛】，稍作休息后前往中国最美十大海岛之一——【海陵岛】。参观【广东海上丝绸之路博物馆】，游览拥有大世界吉尼斯之最的——【十里银滩】（游览时间约 60 分钟）。午餐后游览有“东方夏威夷、南方北戴河”之誉的国家 AAAA 级景区【大角湾海水浴场】（游览时间约 3.5 小时）享受沙浴和日光浴的乐趣，可在此进行海水浴、冲浪、日光浴、沙浴、沙滩排球、足球等。晚上海边漫步，感受疍家风情。晚住：闸坡。

D3: 吃完早餐，到达【国家红树林旅游区】游览国家一级保护植物——海上红树林，下午游览古老而神奇的国家 AAAA 级景区【阳西咸水矿温泉】；享受对人体有益的微量元素，属稀有的医疗保健热矿泉，晚住拥有五星级的温泉假日酒店。

D4: 前往【沙扒滨海风情小镇】领略小渔村风情，自由畅游海边风光，品尝海鲜。午餐后海天海滨浴场冲浪和游玩各种拓展项目。毕后启程返回。

（2）推荐理由

- ★ 线路特色：阳江滨海风情体验，感受阳光、海浪、沙滩、人文、生态、康疗。
- ★ 娱乐：畅游国家 4A 级景区，体验海上丝绸之路文化、渔家文化。
- ★ 美食：闸坡、东平、沙扒海鲜大餐。
- ★ 特产：阳江手信、阳江豆豉、刀具、炒米饼、海味、春砂仁、泥焗鸡等。

2. 主推游线二

【海陵岛风情游】十里银滩——广东海上丝绸之路博物馆——海陵岛大角湾景区——闸坡渔港

（1）游玩行程（精华 2 天游）

D1: 车赴中国最美十大海岛之一海陵岛，沿途观赏漠江平原，经广东联陆海堤最长的一座——【海陵大堤】，观海陵两大怪（海水半清浊、道路半黑白），观国家一级保护植物——海上红树林，观赏列入吉尼斯纪录的世界上最长最大的海滩——【十里银滩】，下午参观【广东海上丝绸之路博物馆】。在国家 4A 级景区【大角湾景区】享受沙浴和日光浴的乐趣，感受刺激无比的大型【海上乐园】。

晚餐品尝海鲜大餐，晚上在海边吹海风，听海浪声，感受晚上海边的另一翻风情。

晚住：闸坡

D2: 早餐后到中国十大中心渔港之一的闸坡渔港乘坐渔船出海参加【渔家乐】拖网捕鱼，体现“海上人家”渔家文化、海上水天一色风景观光，海上观光鱼排，体会渔民的乐趣。毕后启程返回。

（2）推荐理由

- ★ 线路特色：中国最美的海岛之一，感受阳光、海浪、沙滩。
- ★ 娱乐：畅游国家 4A 级景区，体验渔家古法捕鱼。
- ★ 美食：海陵岛海鲜大餐。

3. 特色游线

以“南海 I 号”特色项目建设为契机，加强对海洋文化的宣传，提高阳江知名度。

【海上丝路游线】东平渔港——南鹏列岛——金沙滩——闸坡渔港——程村红树林、沙扒

（1）游线主题

船说·丝路

（2）策划思路

整合资源，利用“南海 I 号”仿古船，以“海上丝绸之路文化”为主题，设计有地域特色的水上旅游路线。阳江是海上丝绸之路的重要中转站，阳江滨海旅游区域内就有自成体系的小“海上丝绸之路”。整合这些自然资源，打造阳江境内“海上丝路”，建设特色“蓝道”。

（3）航行时长

- 全程航行时长为：约 4 小时左右

分段时长：东平渔港—南鹏列岛约 1.1 小时、大镬岛—金沙滩约 0.6 小时、金沙滩—闸坡约 1.5 小时、闸坡—程村红树林约 1.2 小时。

（4）整合资源

“南海 I 号”古沉船打捞地—东平渔港、南鹏列岛、广东海上丝绸之路博物馆、程村红树林。

（5）功能定位

深入挖掘航海史、贸易史，对海洋文化资源的探索与研究。

（6）近中远期目标

【近期】把仿古船精心打造成一艘文化宣传船和文物展示船，形成阳江境内“海上丝路”。

【中远期】计划用 1 至 2 年时间走访国内一批古代海上丝绸之路重要港口城市，充分打造“南海 I 号”这一品牌，提升“南海 I 号”和广东海洋文化的影响力，提升阳江的知名度。

（7）游线内容

● 西部：红树林游憩辐射范围

以红树林观光、观鸟、水上休闲游览活动及咸水矿温泉养生为主，可在当地品尝程村蚝。

● 海陵岛（西边）：闸坡游憩辐射范围

可在闸坡渔港吃海鲜，观渔港及大角湾 4A 景区游玩。

● 海陵岛（东边）：金沙滩游憩辐射范围

可在金沙滩公共海岸游玩，放风筝、参加沙滩排球活动。

● 东部：南鹏列岛游憩辐射范围

以生态露营、休闲观光为主，作为模拟海上丝路串联海陵岛的关键停靠点。

● 东部：东平渔港游憩辐射范围

模拟海上丝路的始发点，以追溯大澳古渔村、游玩珍珠湾、探究古沉船为主，体验渔家生活。

（二）区域游线

1. 区域联动游线

珠海长隆国际海洋度假区——阳江滨海——茂名放鸡岛——湛江港湾。

2. 珠三角联动游线

深圳华侨城——广州长隆旅游度假区——珠海长隆国际海洋度假区——开平碉楼——阳江滨海——茂名放鸡岛——湛江港湾。

第十二章 旅游公共服务发展规划

一、总体思路

完善全程化旅游公共服务体系,全面提升阳江旅游服务国际竞争力。抢抓阳江建设国际一流滨海旅游目的地的重要发展机遇,推进构建国际级水平的旅游交通、集散咨询、安全保障体系,着力形成世界一流的旅游公共服务体系,助推阳江突破滨海旅游发展瓶颈、提升国际竞争力和影响力、加速新型城镇化建设,支撑阳江建设世界一流的滨海度假旅游目的地。

以全面提升旅游服务标准与规范为基础,重点构建便捷化交通体系、着力优化集散咨询服务、完善旅游安全保障体系。

针对交通畅达瓶颈内部疏散不便、服务水平低规范性不足、便捷性国际化不足三大问题,依托旅游公共服务体系“2433”发展思路。提升两个国际化的服务标准与规范,即旅游经营企业服务规范和旅游服务设施建设标准与规范;构建四级交通畅通系统,即对外大交通、对内交通规划、水路交通规划及特色游线体系;布局三级旅游服务中心,即一级服务中心、二级服务中心和三级服务中心;完善三类旅游服务设施,即旅游安全保障设施、旅游区标识系统设施和智慧旅游服务设施。

二、标准规范

为推进阳江滨海旅游业服务水平提升,塑造国际度假旅游目的地形象,规划参照国际相关规范要求,积极探索适应阳江滨海旅游发展要求的服务标准与规范体系,全面促进阳江滨海旅游业的标准化、国际化、规范化服务水平提升,为阳江建设国际滨海旅游城市提供坚实的发展基础。

滨海旅游服务基础标准:提升滨海旅游标准化工作指南和滨海旅游服务分类标准、规定滨海旅游服务中使用的术语及服务中使用的各种标志。

滨海旅游服务质量标准:(服务规范)注意滨海旅游服务产品的三大特性“海洋气息、滨海氛围和强参与性”。

服务提供规范：将滨海旅游服务的全过程按先后步骤分为若干的工作阶段，进而规范每一阶段的服务内容。

滨海旅游点服务资质标准：顺应滨海旅游市场的发展需要，引导阳江市滨海旅游进行环境生态建设、提高硬件和软件建设水平的航标。

滨海旅游服务卫生安全标准：提升滨海旅游住宿卫生标准、滨海旅游餐饮卫生标准、滨海旅游饮用水卫生标准、滨海旅游环境卫生标准、滨海旅游能源卫生标准以及滨海旅游流行病学调查和预防等相关标准。

滨海旅游服务设施标准：提升滨海旅游住宿设施标准、滨海旅游餐饮设施标准、滨海旅游交通设施标准和滨海旅游名镇服务设施标准。

三、服务系统

在旅游集散功能基础上，完成旅游咨询、商品购物、旅游休憩和活动推介等复合功能，助推全市网络化服务体系形成。

旅游服务体系功能结构——网络化：为适应阳江滨海旅游发展需要，阳江滨海旅游服务体系将从规范发展阶段向创新发展阶段转型，遵循在布局上的网格化、运作上的差异化、手段上的多元化、营销上的一体化、管理上的标准化等基本原则与指导思想，构建以旅游热线、旅游网、旅游咨询服务站点、旅游触摸屏信息系统组成的四级纵向层面的服务网络化体系，以高科技、电子化的手段为旅游者提供旅游咨询和系列服务；同时，链接阳江旅游的政府门户网站、旅游统计信息网、导游信息管理系统、旅游资讯网等多项横向信息网络共同组成信息服务系统，形成同国际化旅游城市接轨的为海内外游客服务的公共服务网络平台。

规划构建“172”服务中心体系。

表 12-1 服务系统规划一览表

类型	名称
一级服务中心	滨海旅游服务中心
二级服务中心	海陵岛游客综合服务中心、阳江港服务中心、沙扒风情小镇服务中心、东平“渔家风情·浪漫小镇”服务中心、阳西温泉服务中心、东湖服务中心、大澳渔家文化村服务中心

三级服务中心	蓝袍湾服务站、北津港服务站
---------------	---------------

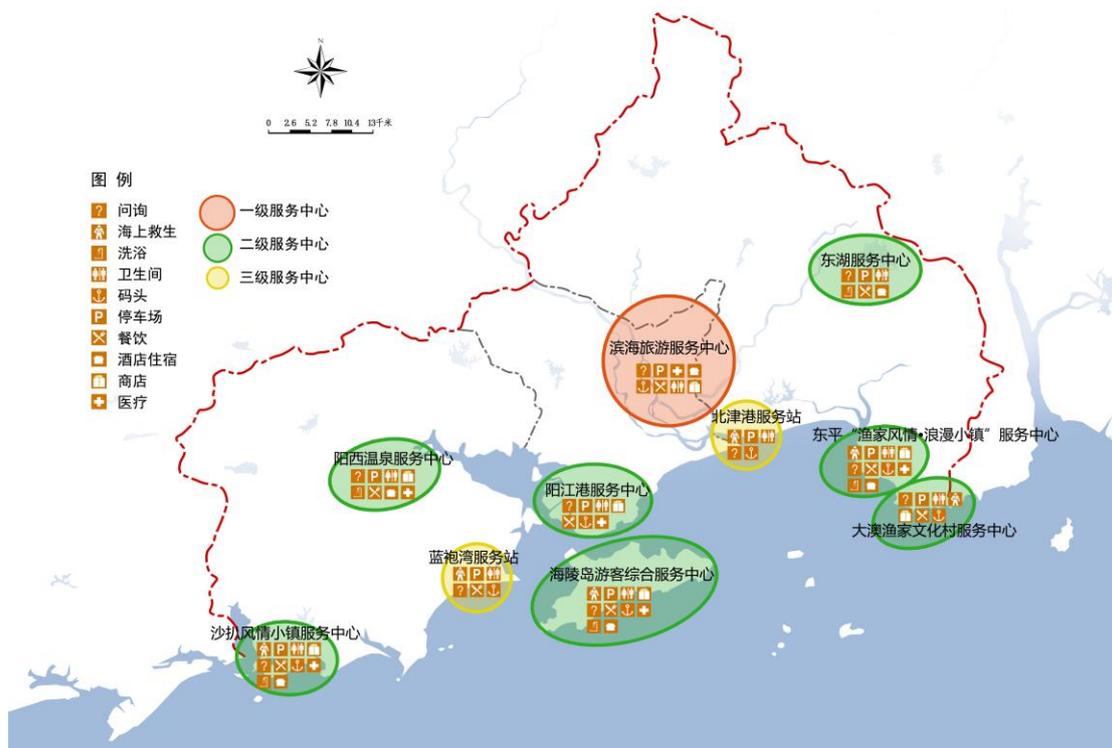


图 12-1 服务体系规划图

四、配套设施

（一）旅游公共安全体系

加快推进阳江滨海旅游安全保障体系建设。以广东省质量技术监督局 2010 年发布的《旅游安全管理滨海旅游》、《旅游安全管理旅行社》、《旅游安全管理旅游（星级）饭店》、《旅游安全管理旅游景区（点）》等作为旅游安全标准，重点针对暴雨、台风等气象灾害、交通事故、食品安全等隐患，开展包括协调旅游保险、旅游调解理赔、旅游安全监控、旅游救援等服务。为全域旅游安全工作指导统筹协调、多点布局、分级管理，防范和化解滨海旅游风险，提升阳江滨海旅游安全保障服务能力。具体举措体现在以下四个方面：

一是进一步完善滨海旅游保险制度，探索建立综合旅游保险，完善旅行社责任险，进一步推动全国旅行社统保示范项目的实施。推进旅游保险业的发展，鼓励保险企业开发适合不同游客群体的旅游保险产品，扩大投保范围，提高理赔效率，推进旅游保险险种和理赔机制不断完善，进一步保障游客的权益。

二是健全滨海旅游安全预警机制和突发事件处置机制，积极打造集旅游安全法规、旅游安全预警、旅游安全控制、旅游应急救援、旅游保险“五位一体”的旅游安全保障机制，加强旅游目的地安全保障体系建设。建立健全旅游安全管理机构，形成各级旅游部门安全责任落实、信息渠道畅通、上下联运的协调机制。依托现有公共安全系统，以滨海旅游景区、滨海旅游交通沿线、滨海旅游服务基地为重点区域，加强滨海旅游景区预警系统、服务场所防范系统、自驾车救援系统、旅游紧急救援队等公共安全项目建设。

三是加大对旅游企业日常安全生产工作检查和监督力度。地方政府要加大旅游安全设施投入，切实落实旅游安全属地化管理和旅游安全事故责任归属机制，进一步完善旅游安全事故处理预案，加强日常旅游安全救援的演练，提高突发事件的应对能力。重点加强对游客运载工具、旅游设施设备、大众娱乐场所、餐馆摊点等设施和安全检查，突出抓好滨海旅游交通安全、滨海旅游饭店安全、滨海旅游景区游乐设施安全和滨海旅游餐饮安全。

四是建设滨海旅游应急救援网络，将旅游应急救援纳入目的地应急管理系统，促进专职旅游救援队伍建设。整合阳江市现有的旅游救援机构，加强协同配合进行旅游紧急救援的能力，进一步完善滨海旅游景区与医疗机构、公安、消防、交通等单位的急救合作机制。完善阳江市卫生医疗体系，加强旅游医疗急救设施建设，建设景区医疗急救点和服务点。

表 12-2 旅游公共安全体系规划一览表

旅游公共安全体系	阳江滨海旅游安全救援服务中心	政府救助与商业救援相结合 <ul style="list-style-type: none"> ● 安全保险、救援及事故协调 ● 对灾害事故的评估和分级 ● 编制应急救援资源分布图谱
	5 个区县级（海陵岛经济开发试验区、阳东区、阳西县、江城区、高新区）安全救援保障工作中心	<ul style="list-style-type: none"> ● 完善医疗急救服务 ● 实行 24 小时服务，做到“一分钟调度，五分钟出车” ● 重点滨海景区设立设备完善的医疗救护点
	主要景区应急救援保障站	<ul style="list-style-type: none"> ● 滨海旅游应急预案备案率 100%，涵盖旅行

		社、景区及饭店 ● 应急救援点配备必要的医护人员和常用药品
--	--	----------------------------------

（二）标识系统

1. 设计主题

- （1）以阳江滨海地域文化（南海 I 号帆船、海豚）为基底，展开设计。
- （2）以蓝色为基调，大海的象征，营造浪漫的滨海旅游氛围。
- （3）采用高度概括与提炼的具象形进行设计，视觉效果国际化、滨海主题化、时尚化、形象化。
- （4）简洁美观，与周围环境融为一体，不喧宾夺主，在满足使用功能的同时作为景观点缀。

2. 设计功能

- （1）传递景区信息服务，是景区使用功能、服务功能及游览信息的载体。
- （2）旅游交通指引、景区景点介绍、警示、教育及文化传播。
- （3）主要有全景导游牌、景点解说牌、景点名称牌、交通指引牌、服务设施牌及温馨提示牌。

3. 设计材料

- （1）以采用不锈钢板材，外表烤漆为主；可根据旅游区的特性，选择凸显阳江本土特色又能够与环境相协调的特色材质，包括木头、石料、蚝壳等作为设计板材。
- （2）不锈钢板材容易弯曲、切割加工、制作造型、防锈、便于运输安装、造价低且经久耐用。



图 12-2 标识牌体系设计图

（三）智慧旅游

紧抓 2014 “中国智慧旅游年”发展机遇，大力推进阳江智慧旅游工程，全面提高旅游业的信息化水平，进而提升滨海旅游行业的服务与管理水平，构建以游客服务为核心的国际智慧旅游目的地。

1. 智慧旅游平台

突破传统旅游服务模式，针对应用关系，搭建智慧旅游平台

表 12-3 智慧旅游规划一览表

面向景区	面向游客	面向旅游局	面向企业
<ul style="list-style-type: none"> 景区综合安防 电子门票及优惠券 资讯发布 广告营销推荐 游客流量统计/分析/管理 车辆停车场道路管理 	<ul style="list-style-type: none"> 景点介绍 电子门票及优惠券 智能导游 旅游线路规划 资讯发布 广告营销推荐 	<ul style="list-style-type: none"> 景点介绍 智能导游 资讯发布 旅游电子商务 互动社交服务 电子门票及优惠券 	<ul style="list-style-type: none"> 景区综合安防监控 资讯发布 业务统计分析报表 游客流量统计/分析/管理

<ul style="list-style-type: none"> • 旅游电子商务 	<ul style="list-style-type: none"> • 旅游电子商务 • 报警救助 • 互动社交服务 • 呼叫中心 	<ul style="list-style-type: none"> • 旅游线路规划 • 广告营销推荐 • 报警救助 • 呼叫中心 	
--	--	--	--

2. 智慧旅游体系

构建“159”实施载体，落实阳江滨海智慧旅游体系。

建设智慧旅游城市，构建“159”实施载体，即一大云数据中心、五大平台和九大应用层，以面向游客的智慧旅游服务为核心，打通信息传递全链条并整合旅游相关全数据，实现智慧旅游带动产业发展、管理与服务的有效联动，支撑阳江打造国际智慧旅游目的地。

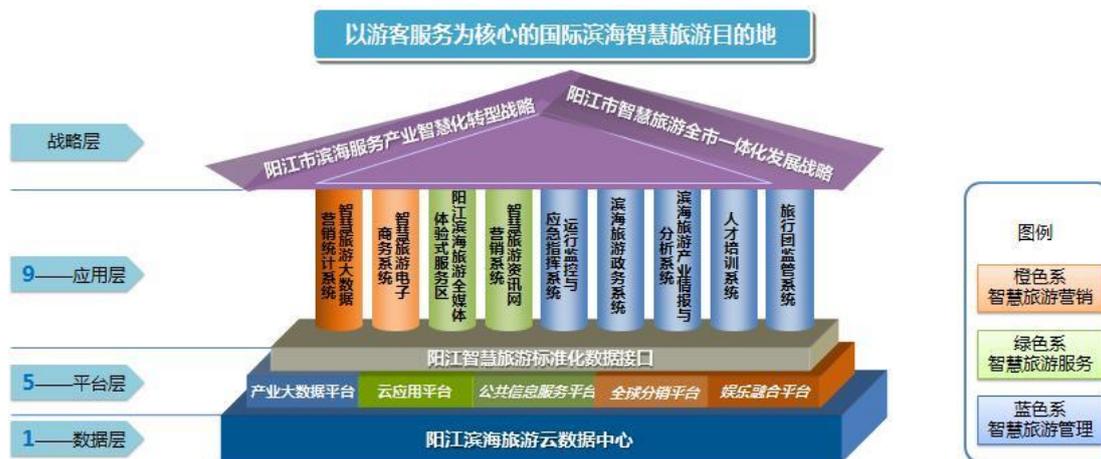


图 12-3 智慧旅游系统图

第十三章 营销推广

一、营销目的和思路

（一）目的

通过近、中、远程客源地市场的整合营销拉动阳江市的滨海旅游发展，增加游客对阳江滨海旅游的关注度和认知度，打造阳江滨海旅游品牌。运用创新的营销模式打造阳江滨海旅游的品牌形象，以“南海丝路·船说阳江”为主题，结合阳江滨海资源优势策划大型主题节庆活动，提高阳江滨海旅游品牌的知名度和美誉度，加强阳江滨海旅游品牌对旅游业的推动力。

（二）思路

以游客旅游认知渠道为媒介，以近、中、远程游客的需求为目标，挖掘阳江特色的海岸、海岛、人文、景观、民俗风情等旅游产品和线路，依托强大的海上丝绸之路文化品牌优势，打造阳江滨海旅游的营销推介体系；根据近、中、远程客源地市场的细分，采取立体的营销策略使阳江迅速成为面向全国知名旅游胜地；通过整合营销模式使阳江迅速把“南海丝路·船说阳江”的品牌形象传播出去；推出特色创新的营销活动把阳江滨海旅游目的地形象迅速推向全国。

二、营销时序

制定高效的广告投放排期，有计划有步骤地推出相应产品和营销策略，逐步打造品牌和拓展市场。

（一）导入期：市场认知

- 针对主流媒体的定向报道，将阳江“南海丝路·船说阳江”的品牌融合到阳江旅游的大环境中，并提升成为阳江旅游的高端资源。
- 针对百姓舆论的关注焦点，因势利导，拓展口头的舆论宣传，形成良好

的口碑效应。

- 针对媒体热衷的炒作话题，确立宣传主题、文化内涵和高度，为正式的营销推广打好基础。

（二）推广期：制造预期

- 强势出击增加潜在消费者对阳江滨海旅游的认知度。承接前期造势，通过媒介持续报道，提升消费者的印象，增强品牌知名度。
- 强化品牌高度，提升消费欲望，制造市场悬念。
- 配合地方代理商进行品牌宣传和产品推广，促进产品销售。

（三）巩固期：继续前进

- 巩固美誉度，按照目标市场的消费频次顺序，针对相应群体，进一步深入诉求，提升服务。
- 配合渠道推广，鼓励旅游渠道销售积极性。

三、营销策略

【以目的地精准营销激活阳江庞大的滨海旅游市场】 阳江滨海旅游是提供阳江全方位体验的旅游“产业链”顶层产品，是阳江旅游产品的主要体验产品，因此它的营销推广必然是建立在以阳江滨海旅游为目的地的游客群体之上。

针对阳江滨海旅游自身的特色，制定 1 个核心、3 大突破的营销策略。

1 个核心：目的地精准营销。

3 大突破：品牌营销、新媒体营销、整合营销。

【针对滨海旅游自身特色，确定目的地精准营销的 5 个要素】

表 13-1 营销策略一览表

目的地渠道	媒介类型	营销主题	营销内容	关注级别
知名景区	户外广告、宣传册	海洋文化	形象、产品	★★★★★

星级酒店	杂志、报纸、电视、网络、宣传册	海洋渔业 邮轮游艇 温泉养生 自驾旅游 蜜月度假	形象、产品、活动	★★★★★
交通枢纽中心	户外广告、宣传册		形象、活动	★★★★★
公共交通工具	杂志、报纸、广播、车载		形象、活动	★★★
各大旅行社	宣传册、杂志		产品、活动	★★★
节庆会展	户外广告、宣传册、广播		事件、活动	★★★

通过目的地全覆盖，实现船说阳江滨海旅游市场的精准营销。

（一）品牌营销

1. 总体旅游形象

南海丝路·船说阳江

备选：游海丝之路·品南海传奇

2. 专题旅游形象

在对外宣传的过程中，要以整体形象为主导，针对不同的专项市场、不同的人群设计阳江的品牌形象，构建品牌形象体系，全方位的展现阳江滨海旅游目的地的神奇魅力，整体提升阳江滨海旅游形象，提高市场知名度和美誉度。

滨海观光市场：钻石海岸·陵波漫步

浪漫休闲度假市场：心随海动·梦幻碧海

渔家体验市场：坐享渔帆点点·静听海浪声声

海洋文化旅游市场：海丝驿站·南粤新星

休闲渔业市场：心随海动·乐憩渔家

自驾旅游市场：蓝色游走·说走就走

海洋运动旅游市场：魅力滨海·活力阳江

婚庆旅游市场：真情永在·幸福阳江

康体养生旅游市场：美丽阳江·养生福地

（二）整合营销

表 13-2 整合营销一览表

主题	内容
创新营销合作模式	<ul style="list-style-type: none"> • 完善市内联合营销机制：建议阳江市旅游与外事侨务局统筹协调，采用“联合推介、捆绑营销”的方式，整合区、县及旅游企业的资源和宣传促销资金，引导营销的准确定位和科学投放，采用多管齐下的营销手段，通过制度和机制加强管理。 • 促进区域合作平台建设：打破行政区划的限制，充分利用“9+2”泛珠三角合作论坛和“东盟”自由贸易区等区域合作的平台，相互开放市场、消除障碍、取长补短、优势互补，形成公平竞争的联合体参与全球竞争，实现共赢。
抓好两大客源市场	<ul style="list-style-type: none"> • 深耕国内市场：借助传统媒体、新媒体、旅行社等渠道，全面拓展粤西、珠三角、港澳地区市场，深挖西南地区、长株潭城市群、东北、西北、华北地区，不断做大全市旅游客源总量。 • 拓展境外市场：在国际旅游营销中凸显阳江顶级的阳光、沙滩、海上丝绸之路文化等资源特色，通过签署国际旅游合作文件，举办双向的观光交流活动等合作形式，加强俄罗斯、欧美地区市场开发力度。
强化三大营销方式	<ul style="list-style-type: none"> • 创新网络营销：与国内外著名网站合作，建立网络营销平台，壮大阳江滨海旅游微信微博矩阵，强力开展智慧营销。 • 创新事件营销：策划能引起轰动效应的旅游营销事件，吸引国内外游客关注，提升阳江滨海旅游品牌营销力。 • 创新活动营销：按照“立足已有节事，重点突破”的策划理念，充分发挥滨海旅游市场主体的作用，通过活动对接市场。
主推四大	<ul style="list-style-type: none"> • 自驾：顺应大众旅游的趋势，满足自驾游客急剧增长的需求，推出“沿海

旅游线路	<p>公路”特色绿道自驾游精品线路。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 高铁：借助阳江高铁线建设契机，主推“高铁旅游专列”等特色产品。 • 邮轮游艇：深度挖掘阳江滨海旅游资源，推出高端商务之旅、休闲度假之旅、欢乐之旅等邮轮游艇旅游产品。 • 航空：积极与经停阳江的国际航空公司合作，给予其优惠政策，同时重点投放机载杂志广告。
------	--

（三）新媒体营销

创新全媒体营销模式，实现从传统营销向新媒体营销、目的地营销转变。针对中青年和高收入群体为主的新型客源群，需加大新媒体营销力度。

专业网站。加快建立“南海丝路·船说阳江”的滨海旅游官方网站，以及各大景区的专业网站，构建滨海旅游专业网站体系。用中、英等语言详细介绍阳江滨海旅游资源、旅游产品和旅游格局，提供旅游信息、节事活动、交通路线以及注意事项等；将网站与广东省、福建省、海南省以及北部湾地区的滨海旅游热点官网进行链接，方便统筹管理、提供消费者一站式服务。

微博社区。开通阳江滨海旅游官方微博，发布阳江滨海旅游的各种旅游简讯和旅游互动，扩大阳江滨海旅游知名度。利用天涯论坛、驴友论坛、携程论坛等 BBS 的大量用户开展口碑营销，开展各种评选和优惠活动鼓励旅游者写游记、旅游攻略，分享阳江滨海旅游的各种经验和心得。

智能手机新媒体。利用手机客户端，创新广告形式、建立新的盈利模式，如结合智能手机 APP 内程序、软件设计推出有关阳江滨海旅游的便捷助手软件、导航软件、游记软件等。

四、节事策划

（一）总体思路

立足已有节事，重点突破。构建“四大链条、三大节庆、三大赛事”的节事活动体系，实现文化引领，节庆串联、赛事带动，吸引广泛关注；大赛相串，小节不断，区域联动，引爆全年阳江滨海旅游。

营销主题：引海入城·相共融生

表 13-3 节事策划一览表

4 大链条	（引景入城）滨海风光节庆链 （引鲜入唇）旅游美食节庆链 （引蕴入心）海洋文化节庆链 （引泉入身）温泉养生节庆链
3 大节庆	海上丝绸之路文化节、南海（阳江）开渔节、阳江风筝节
3 大赛事	阳江国际沙滩排球赛、国际帆板赛、国际龙舟赛

（二）四大链条

1. 引海（景）入城

【策划主题】欣赏滨海休闲风光之旅

【策划构想】依托丰富的滨海地文景观、亚热带生物景观、滨海地貌景观、海上自然气象奇观等独特的滨海自然风光，营造引景入城的发展趋势，海景纵横交错延伸至市区，打造缤纷畅游阳江滨海的休闲之旅。

◆适宜季节：一年四季

◆地点：主要集中在滨海片区

【营销口号】缤纷船奇·畅游阳江

【活动策划】水上竞技运动、国际滨海会议论坛、缤纷奇观摄影大赛。

2. 引海（鲜）入唇

【策划主题】品味滨海的独特味道之旅

【策划构想】民以食为天，吃是人生一大幸事。阳江休闲渔业发展迅速，海鲜风味独特，造就了多样化的饮食文化。深入挖掘阳江餐饮文化，打造具有特色风味、区域特点的河鲜山珍等系列美食。

◆适宜季节：一年四季

◆地点：主要集中在滨海片区

【营销口号】海上餐桌·美食之都

【活动策划】旅游文化美食节、海鲜美食贺岁季、海鲜美食养生季、海鲜美食文化季、海产品博览会。

3. 引海（蕴）入心

【策划主题】品阅海上丝绸之路文化底蕴之旅

【策划构想】依托“南海 I 号”古沉船的海上敦煌文化品牌造势，体验海上丝绸之路文化，推动阳江滨海旅游的发展，最大的效益是打破了滨海旅游历来冬夏两季淡旺分明的格局。为阳江滨海旅游的发展打响了世界品牌。

◆适宜季节：一年四季

◆地点：阳江市海域

【营销口号】海上丝路·船说千年

【活动策划】旅游文化节、海上丝路文化节。

4. 引海（泉）入身

【策划主题】康疗养生的温泉度假之旅

【策划构想】如今，更多的人处在亚健康状态下，需要得到释放和升华，“养生”已经成为国际性的热门话题。规划区养生资源丰富，整合阳江温润怡人的温泉资源，独特气候优势，聚集人气，融合接势，突破养生度假市场。

◆适宜季节：冬季、春季、秋季

◆地点：阳西县、阳东区

【营销口号】滨海生活·健康随行

【活动策划】国际养生论坛、养生美食节、艺术养生赛事、SPA 养生生活节。

（三）三大节庆

1. 海上丝绸之路文化节

【主题】海丝传承·文化盛典

【时间】一年四季

【地点】海陵岛

【思路】以古代海上丝绸之路途经的港口城市为参与主体，以途经的港口城市独特的民俗、文化为内容，以满足游客食、住、游、购、娱为目标的国际性的旅游盛会文化盛会。

【活动策划】海上丝绸之路国际艺术节、文艺演出、经贸展会、学术研讨会。

2. 南海（阳江）开渔节

【主题】南海开渔·人海共荣

【时间】7-8月

【思路】南海（阳江）开渔节自2003年开始举办以来，已成功举办十二届，其以浓郁独特的渔业传统文化为底蕴，融合了保护海洋、实现可持续发展的现代文化理念，成为了阳江扩大对外开放的经贸舞台和展示良好形象的重要名片。本轮规划力求更全面的展示阳江丰富的渔业资源和旅游资源，展示阳江的海洋经济建设基础和海洋文化建设成果及阳江别具一格的风土人情和渔家风貌。通过继续举办一年一度的南海开渔节，更好地加强了与各地的经贸往来和文化交流，让世界认识阳江，让阳江走向世界。

【活动策划】开船仪式及祭海、休渔放生节、文艺晚会、烟花汇演、渔家婚嫁庆典、渔家大宴、咸水歌表演、自行车环岛游、摄影大赛。

3. 阳江风筝节

【主题】风筝之乡·缤纷海岸

【时间】九月初九重阳节

【思路】阳江是著名的“中国风筝之乡”，自古就有重阳放纸鸢的传统，是阳江重要的文化活动形式之一。1992年开始，每年农历九月初九重阳节，阳江都在南国风筝竞技场举办群众性风筝比赛。阳江已举办了23届风筝节或邀请赛，

阳江风筝节已成为阳江颇具影响的文化品牌。本策划通过促进阳江滨海旅游的发展，进一步继承和弘扬阳江风筝文化，促进阳江特色传统文化产业与滨海旅游业的共生发展。

（四）三大赛事

1. 阳江国际沙滩排球赛

引进举办国际沙滩排球赛，将发挥阳江滨海自然环境优越和人文特色鲜明的优势，结合沙排运动自身具备的“时尚”、“阳光”、“激情”等特点，打造一个与阳江城市个性相符的国际性沙滩排球盛会，推动沙排运动在中国的普及，促进中国和亚洲沙滩排球运动的发展。

2. 国际帆板赛

以帆板比赛、器材展销、技术交流、帆板项目科普知识的推广等内容，着力于培养帆板品牌赛事，探索体育与旅游产业相结合的道路，推动帆板体育运动在阳江滨海旅游的蓬勃开展。提升阳江在全国举办帆板赛事中的地位，为海陵岛建设国际旅游岛添光加彩。

3. 国际龙舟赛

依托阳江各地赛龙舟的风俗文化，打造一个集体育活动、多元文化及文艺表演的一个大型户外盛会，除了庆祝中国的端午节传统，还增进公众对中华文化的了解。

五、VI 设计

（一）阳江滨海旅游 Logo 设计

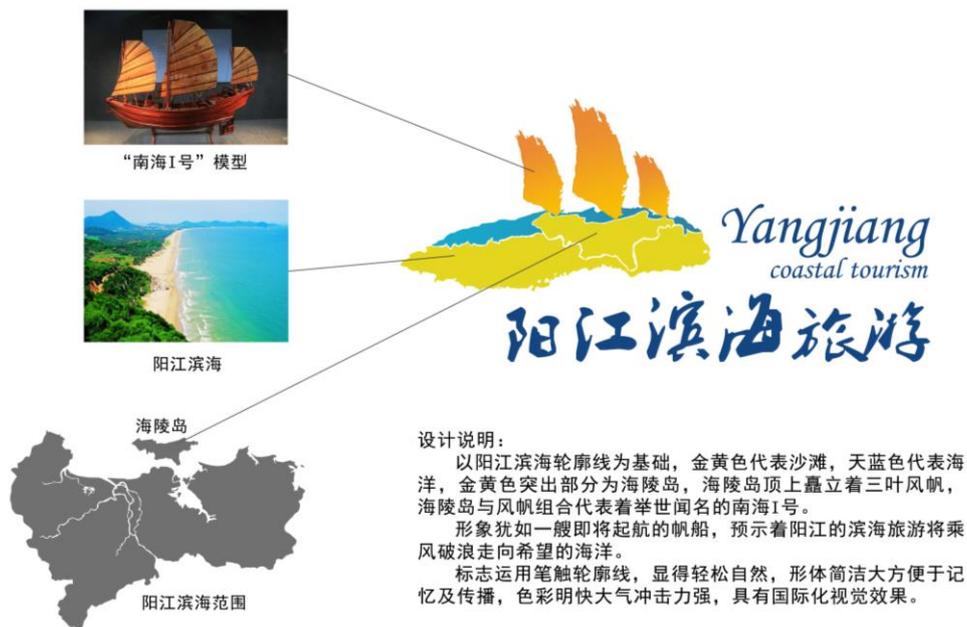


图 13-1 阳江滨海旅游 logo 设计图

（二）形象标识



旅游大巴



游艇



游客服务、展示中心



户外广告



图 13-2 形象标识设计图

第十四章 旅游与生态环境协调发展

一、“准入制”的制定

（一）产品准入

对不符合阳江市产业定位的，不符合建设文明生态城市的项目坚决禁止上马。对市场准入负面清单进行动态管理，将按照国家产业政策和阳江市的经济社会发展情况，适时调整和补充。对开发商实行“限制性”的准入政策，确保生态利益为先，而并非经济利益，保证“低碳”节能产品先行。

（二）产业准入

建立企业投资负面清单、外商投资产业负面清单、生态环境保护负面清单、用地审批负面清单、安全生产负面清单，针对海陵岛及滨海区域制订高标准的生态岛产业准入政策，对其现有产业进行严格筛选，逐步淘汰“三高一低”企业，实现岛内及沿海产业结构优化调整，建立以循环经济为特征的，低能耗、低污染的低碳型绿色产业新体系。

（三）资金准入

拓宽建设资金渠道，完善滨海旅游建设的投融资机制。

积极发挥政府投资的引领和导向作用，用好、用足现行各项财税政策，整合滨海旅游发展各类财政专项资金，确保政策和资金聚焦滨海旅游区域建设发展的重点领域。

统筹平衡省级、市级层面对滨海区域的政策资金支持，在深化生态补偿机制的基础上，探索设立滨海旅游建设的专项资金，形成稳定的财政支持机制，重点支持生态保护、环境建设项目和工作措施。

充分发挥市场机制作用，推行生态环境保护建设项目的市场化运作，广泛吸纳民资、外资等社会各类资金投入。

二、旅游资源与环境保护策略

（一）强化生态安全格局的观念

从大尺度上构筑充足的生态组分和合理的生态格局。维护生态绿地系统与格局的连续性；为动植物迁移和传播提供有效的通道，保护生物多样性；保护和强化生态格局中的关键点；同时开辟大量绿色区域，为游客和居民提供休闲游憩空间。

（二）加强监管力度，提升环保意识

建立健全严格的环境监督管理体系，严格执行环境影响评价制度，坚持环保“第一审批权”和“一票否决权”，坚决杜绝新污染源的产生。

（三）以旅游促进保护的积极保护

通过政府主导开发，利用滨海旅游发展带来的经济效益作为杠杆，使当地居民和经营者更好地意识到旅游环境保护对于经济利益的本质作用；同时利用滨海旅游等带来的社会效益，促进全国、全社会对阳江市海洋生态及传统文化的关注，利用舆论作为杠杆，吸引外来资金及力量。达到在旅游发展的同时，促进阳江市自身及外来力量对环境保护的目的。

（四）保护机制——政府主导，经营者实施

阳江市滨海旅游环境保护要本着“政府主导，经营者实施”的首要原则。由于在滨海旅游开发中，很多的景点和资源都以招商引资等方式交由企业开发，因此仅仅由政府对于旅游环境进行保护是不到位的。同时，经营者在进行本区域的旅游环境保护时，需要由政府来进行引导和支持，才能使环境保护的工作整体和系统。

建议阳江市由政府确定环境保护的大方向，制定相关政策法规和执行方法，统筹安排经营者实施具体的环境保护措施，同时政府予以辅助和基本的环境保护措施。在环境保护的进行中，政府对经营者进行监督和管理，建立良好的检查和

监督机制，对于环境保护措施执行不到位的企业要求其定期整改，以达到在旅游开发同时保护环境，可持续发展的良好目标。

三、滨海资源保护措施

（一）海洋文化

1. 保护重点

海上丝绸之路文化、渔家文化、妈祖文化、节庆文化、非物质文化遗产。

2. 保护措施

把非物质文化遗产保护全面纳入法制保障轨道。加强非物质文化遗产保护法律、政策和技术咨询服务，保护社会公众享有非物质文化遗产保护的合法权益。

积极探索建立与传承保护相适应的可持续发展的管理模式和运行机制。加大阳江的非物质文化遗产的保护和研究力度，积极引进专业人才，大力开展业务培训，培养和建设一支工作责任心强、专业素质高的非物质文化遗产保护专兼职工作队伍。

加强海洋文化保护的宣传，完善提升广东海上丝绸之路博物馆项目建设，做好文化遗产的展示工作。利用阳江独具特色的自然资源，建设反映阳江风情的展示园区。

把阳江历史文化名镇的各类标志物在空间上组织起来，形成网络体系，使人们便于感知和理解名城深厚的历史文化渊源。加快规划和管理，把相关标志物在空间上组织起来，从而给人们的欣赏创造有机的空间线路和逻辑线索。

（二）海岸线

1. 保护重点

阳江市沿海岛岸线、沿海海湾。

2. 保护措施

合理利用岸线资源，开展海岸调查评价，制定海岸利用和保护规划。确保海

岸线经济发展与旅游开发和海岸生态环境保护协调发展。

整治现有的沿岸线乱搭乱盖的现象，不得破坏防护林景观，保护红树林等护岸植被；处理好旅游岸线与渔业生产岸线的冲突问题，把渔业用地与旅游用地相对分开。

进一步完善海岸线保护与开发利用规划，在科学规划的基础上，严格管理，严格控制，设定红线，尽最大努力保留原生态海岸线，清理对岸线的不合理占用项目，有效保护岸线的自然属性和海洋原始景观，尽可能实现长远规划、集约利用。

加强沿岸和海洋环境保护工作，同时要加大植树造林力度，加强受损岸线的生态修复工作。

科学开发利用海岸线。注重集约利用岸线资源和近岸海域。近海一线开发要体现公共资源属性，还岸线给公众。

对海岸线资源的保护和开发实施严格的监管，各相关地区和部门要把加强岸线保护开发监管工作作为一项重要任务，摆到重要位置，各负其责，严抓严管，毫不松懈。

（三）海岛

1. 保护重点

海陵岛、马尾岛、三山岛、双山岛、大树岛、青洲岛、南鹏列岛。

2. 保护措施

以科学规划、保护优先、合理开发、永续利用的原则制定海岛保护与利用规划以及土地利用规划，深入研究和分析海岛的生态承载力，控制建设规模。

推进生态整治修复，全面提升海岛资源保护水平。加强海岛整治修复项目管理，建立管理配套制度与技术标准体系；在有居民海岛及其周边海域划定禁止开发、限制开发区域，防止海岛植被退化和生物多样性降低；沿海海洋部门对具有特殊保护价值的海岛及其周边海域，依法建立保护区，予以特殊保护和管理。

海岛的开发、建设应当优先采用风能、海洋能、太阳能等可再生能源和雨水

集蓄、海水淡化、污水再生利用等技术，保护海岛及其周边海域生态平衡。

大力发展海岛特色经济。充分发挥海岛的资源环境特色，大力发展海岛生态型渔业、旅游业等特色产业。

加大海岛生态环境保护的监督力度，加大海岛巡航执法检查力度，对阳江市海岛生态环境进行全覆盖、高精度的监视检测，严厉打击破坏海岛生态环境的行为，加强对海岛生态环境的保护力度。

（四）海洋生态

1. 保护重点

以削减陆源污染物排放为着手点，以重点海域污染治理为突破口，加强海洋生态保护，提高海洋环境灾害应急能力，改善海洋生态系统服务功能，重点做好努力削减陆源污染物入海量、加快重点海域污染治理、防治港口和船舶污染、保护海洋生态环境、防治海洋环境灾害五个方面的任务。

2. 保护措施

开展规划范围内的海洋生态调查，重点开展红树林、珊瑚礁、海草床、河口、滨海湿地等特殊海洋生态系及其生物多样性的调查研究和保护。规划一批新的海洋自然保护区，进一步提高保护区面积。

根据广东海洋功能区规划以及阳江海洋环境保护规划，科学合理地使用海域，协调海洋旅游开发与工业、渔业等产业发展的关系。

建立阳江沿海海洋资源、环境、灾害和管理信息系统，认真做好海洋环境监测工作。提高海洋污染事故应急监测水平；建立阳江沿海海洋生态灾害应急响应系统，制定和实施各类海洋灾害预案。

保护好海域生态环境。加强海洋生态环境保护，禁止在滨海岸线挖沙、采石、开矿、炸鱼等活动；禁止各种海上平台直接向海水排放污油、污水及垃圾；严格控制入海排污口的设置，临海废水排放必须达到国家标准，严禁任何类型的污水未经处理向海洋直接排放。

加强污水的生态处理与资源化利用技术的推广应用。加强城市生活污水的处

理，坚持就地收集、就地处理与就地利用。处理后的中水用于绿地、农田、林地的浇灌，实现污水无害化、资源化利用。

加强制度建设。严格遵循限期治理制度、环境影响评价制度和海洋环境污染民事损害赔偿制度。

控制与管理海上活动引起的海洋污染。应要求海运企业或海上活动作业者具备防治油污染和核放射事故的应急能力和设施。在港湾地区设立收集船上废油、化学品废物和垃圾的设施，逐步禁止在海上倾弃和焚烧危险物质。

（五）海洋生物

1. 保护重点

阳江市红树林湿地位于阳江市北津港、海陵山湾、丰头港濠山、阳西程村。

阳江海域附近范围饵料生物资源较为丰富，海底土肥沃，分布多种鱼类、虾类的索饵场和繁育场，也是多种贝类、藻类生产的良好场所。主要生物资源有紫菜类、石花菜类、麒麟菜类等的水生植物，杂色鲍、方斑东风螺、泥东风螺等贝类，紫海胆、马粪海胆、糙海胆等棘皮类动物以及珊瑚资源。

2. 保护措施

控制和压缩近海传统渔业资源捕捞强度，继续实行禁渔区、禁渔期和休渔制度，确保重点渔场不受破坏。加强重点渔场、江河出海口、海湾等海域水生资源繁育区的保护。增加投放保护性人工鱼礁，加强海珍品增殖礁建设，扩大放流品种和规模，增殖优质生物资源种类和数量。加强珍稀濒危物种保护区建设。

加强对重点区域珊瑚礁的保护与研究，禁止未经批准采挖珊瑚礁；禁止加工、运输、销售、购买珊瑚礁和以珊瑚礁为原材料制作旅游纪念品、装饰观赏品及其他制品；禁止在珊瑚礁自然保护区和珊瑚礁集中分布区域设置入海口排污口。

加强对船舶及钻井、采油平台的防污管理，首先应对船舶及钻井、采油平台所有人的管理者，必须进行防污教育，增强防污意识，提高除污救灾技能。作业者必须按照国家的法律法规去做。使污水处理设备始终处于良好工作状态，严把除污化学试剂的质量关，严禁使用有毒的化学试剂除污。

（六）海水

1. 海水分类

根据国家环境保护局 1998 年批准实施的《海水水质标准 GB 3097-1997》规定，按照海域的不同使用功能和保护目标，海水水质分为四类：

第一类 适用于海洋渔业水域，海上自然保护区和珍稀濒危海洋生物保护区。

第二类 适用于水产养殖区，海水浴场，人体直接接触海水的海上运动或娱乐区，以及与人类食用直接有关的工业用水区。

第三类 适用于一般工业用水区，滨海风景旅游区。

第四类 适用于海洋港口水域，海洋开发作业区。

2. 保护措施

采取坚决措施，严格控制工业新污染源，抓紧治理旧污染源，防止海岸工业对海岸水质影响；加快城市生活污水处理设施的建设，逐步实现生活污水处理后排放，沿海旅游接待服务场所要建设污水处理设施，禁止向海水中直接排放污水；海洋船舶产生的生活污水交由陆上接收处理；含油污水“铅封”管理，必须交由陆上接收处理；生活和生产垃圾等废物经收集后统一处理；对于滨海地带海上项目，必须进行海上旅游交通的管理和控制。对于海上交通游览船只，要对其交通污水、垃圾进行处理，严禁直接排入水中；并控制船只体重，检查船只情况，杜绝跑、漏油现象对海水水质造成污染；阳江市环境监测中心定期对阳江沿海地区水质进行监测，定期向市民发表水质监测报告，对各项指标体系进行公示并予以说明。

四、自然生态环境保护策略

（一）淡水水体保护

采取坚决措施，严格控制工业新污染源，抓紧治理旧污染源。

加快城市生活污水处理设施的建设，逐步实现生活污水处理后排放。旅游区内的各类接待服务场所，如饭店、宾馆、疗养院、度假村等要建设污水处理设施。

禁止向河道内排放污水，严格执行“污染收费”制度。可以把相关条款加入到与景区经营者签署的条款中。

（二）空气质量保护

以发展生态旅游，使生态环境切实得到保护和永续利用为最终目的。

在大气环境方面要调整使用燃料的类型和结构，尽量使用无污染或少污染的轻型燃料，减少废气的排放，尽量避免大气污染；进入旅游景区的汽车要安装尾气净化装置（或者采取在旺季控制进入车辆数量的办法），旅游区内交通工具采用环保型低污染车辆或电瓶车。

各旅游区周围要划定保护区范围，对周围污染严重的厂矿企业等，或者取缔、搬迁，或者采取治理措施，为旅游区营造良好的大气环境。

（三）增加废弃物无公害处理

随着旅游的发展，游客的增多，为了防止生活垃圾污染，分区建立垃圾回收处理站，建立综合利用的回收处理系统。

厕所、污水处理厂、垃圾集中和处理场地等，应建在游览区、娱乐场、露营地、交通道路和旅馆、餐厅的全年主导风向或旅游季节主导风向的下风侧。

停车场设在下风侧，但应在厕所、污水处理厂、垃圾集中及处理地的上风侧，并与餐厅、旅馆、露营地、娱乐场所、游览地等保持相应的距离，以减少汽车和灰尘对大气环境的污染。

餐馆等饮食服务设施应建在旅馆、露营地、娱乐、休闲和游览区的下风侧，但应建在停车场的上风侧。

（四）做好噪声污染防治工作

消除、减少、减弱噪声声源，从声源上加以控制，将发声体改造为不发声的弱声体，用无声或低噪声的设备代替高噪声的设备。

从根本上消除噪声声源，餐馆、娱乐场所、旅游区内不许使用高音喇叭，游览时间内不得进行产生噪声、干扰游客的作业。

（五）旅游垃圾处理 and 旅游厕所建设

建立旅游城市垃圾处理系统和旅游区垃圾处理系统，对旅游垃圾进行分类收集，具体采用填埋法或者焚烧法，或者借鉴国外成型的垃圾处理方法。

采用先进技术，推广和使用旅游厕所，这种旅游厕所应该污染较少、建造方便、费用低廉。如“无臭厕所”、“免冲洗厕所”。

五、文化保护策略

（一）文化资源管理规定

严格贯彻执行《联合国世界遗产公约》和我国颁布的《文物保护法》，依法实施对文物古迹的保护。

确定合理的环境容量，对重要、珍贵的文物古迹旅游资源所在地，划分出绝对保护范围。旅游活动不能进入，采取高价位手段，限制游客规模。

对旅游景区内的新建设项目严格把关，出现景区内与原建筑风格不协调的建筑要限期拆除或迁移。

妥善处理资源开发与文物古迹保护的关系，以开发促保护，以保护带开发。

（二）将文物的文化精神转化为旅游产品

文物寻魂——文脉支撑（史料及文献）——提炼精髓（形成系统，说服力强的文字和影像资料）——丰富研究（将历时文化资源“物化”形成旅游产品）。

整体发展：主打“海上丝绸之路”等文化品牌，并将此作为统筹文化样式的核心理念，打造“大澳渔村”产品体系、古商业街产业体系，以及名人故居产品，“南海I号”产品等，将各景区融成整体。

文物资源“产业”化——利用已开发历史文化资源扩大宣传效果——利用相关旅游发展政策形成投资规模完善吃住等配套。

六、社区保护策略

（一）进一步规范旅游市场，严控无度的文化开发

一要规范旅游市场，坚决杜绝短期行为的所谓“文化”开发。二要正确引导，让当地人民积极主动地参与到旅游之中，自觉担当起维护传统的使者。

（二）创建社区旅游参与的新模式

一要动员社区参与，把社区居民作为旅游发展的主体进入旅游规划，引导当地居民主动参与到维护传统的行列中。二要充分考虑当地居民的愿望、要求，使推出的旅游活动能获得当地居民的认同与支持。三要不断提高居民的文化素质和商品经济意识，逐步增强他们适应市场和保护自己文化的能力。

（三）重视教育，不断提高居民的整体素质

一是进行升学教育，激励学生热爱家乡，热爱民族，树立远大的理想和志向。二是不断提高旅游业的服务档次，提高用人的标准和要求，逐步提高人们对教育的长效投资与现实经济利益的认识。

七、海洋生态旅游环境管理

（一）综合运用行政手段，落实海洋环境管理

第一，从实施旅游规划环境影响评价制度入手，采取更为严格的环境保护和管理政策。对与海洋生态旅游相关的一些项目，如设立旅游观光区、开发相关旅游资源、分自然保护区域、防治污染和生态建设方案等，都必须建立起环境影响评价制度。

第二，在对海洋旅游资源环境全面普查的基础上，实际调查和评估海域、海滨和海岛的环境容量，从而明确旅游开发区和旅游项目的环境目标要求，选择确定合理的旅游开发模式，保证海洋生态旅游中环境质量的高品位和原生态特点。

第三，制定更为具体、可操作性更强的海洋生态旅游开发管理法规和政策，

加强环境行政管理,健全海洋环境管理体系。明确环境目标与责任,监督检查海洋环境保护规划的执行情况和实施效率,坚决制止那些高投入、污染、消费项目的开发和建设,严格控制海洋生态旅游活动的强度、规模和范围。

（二）强化技术管理手段，改善海洋生态环境

首先,海洋生态旅游战略管理的科学决策,离不开现代高新技术手段的运用,包括遥感技术、地理信息系统、拟技术以及信息网络技等。

其次,在海域、海滨、海岛的生态化管理中一些环保技术的应用也是必不可少的。如利用生态技术治理生态旅游造成的某些污染问题。

再次,海洋生态旅游的环境保护技术具有广阔的发展空间。虽然现代高新技术在海洋生态旅游及其环境管理中正在发挥着越来越重要的作用。但是从总体上看,目前我国海洋生态旅游的科技投入仍然很少,高新技术介入程度不高。要加大海洋生态旅游科技投入,对景区景点适用性环境保护技术、能源节约技术、信息化灾害防治、自动化和智能化管理等技术,要加大攻关和推广力度,依靠高新技术实现海洋生态旅游与环境保护的协调发展。

（三）运用经济手段，促进旅游景区环境保护

第一,变革海洋生态旅游经营机制,充分调动海洋生态旅游开发主体的环保积极性和主动性。通过划定专门海区(岛)生态旅游区控制游客人数,并采取海洋生态旅游产品的绿色价格策略调整景区、景点旅游规模,在一定经济效益的前提下,使海洋生态旅游区的环境保护得以落实。

第二,按照政府及有关区域海洋规划,应尽快将海洋生态旅游规划纳入到当地国民经济和社会发展年度计划,地方财政在年度计划中相应地增加海洋生态旅游环保投资安排。

第三,要加快变革与海洋生态旅游发展相适应的环境保护投资机制,确保海洋生态旅游发展中环境保护资金的落实和投入。保证海洋生态旅游环境保护与基础设施的建设投资。

八、强化资源生态保护

（一）加强海岸带综合管理

贯彻落实《广东省环境保护规划纲要（2006—2020年）》（粤府〔2006〕35号）确定的全省生态环境分区控制战略，近岸海域严格控制区（海洋自然保护区、珍稀濒危海洋生物保护区、红树林保护区等区域）内禁止设置排污口，避免开设航道和旅游线路。规划建设海岸带时，要注意保护原始生态植被。在规划建设海岸带时保留离最高潮位线10米至30米的原始生态植被，对保留原生态植被的海岸带可以进行必要的美化。以沿海防护林、自然保护区等为重点，加大森林生态资源保护力度。

（二）保护性利用滨海资源

建立滨海旅游区的环境质量标准，控制环境容量，促进滨海旅游环境的良性循环发展。提高滨海旅游项目的策划水平，有效制止无序开发和破坏性开发。积极倡导生态旅游，调整布局，分流客源，减轻主要滨海景区的接待压力。

按照“规划先行、范围明确、专家参与、容量控制、实时监测”的原则开发利用滨海旅游资源。各旅游景区的开发应制订切实可行的开发发展规划，杜绝无规划滥开发和不按规划开发的行为；确立景区（点）的保护范围，明确各景区、度假区的保护范围，控制保护区内的开发建设活动，景区（点）外围的工程设施应与保护风景区周围的景观和谐。各景区（点）均应测算和确定旅游环境容量，作为景区（点）旅游开发和接待活动管理的参考依据。

（三）加强对游客行为的引导与管理

进一步加强对居民和游客的旅游资源保护知识的宣传，通过游客中心、景点门票、宣传册、广告短片、标识牌、导游词等对游客进行环境教育。制定相关规章制度，加强对游客旅游行为的环境管理。测量景点的环境容量，在环境敏感区严格控制游客数量与游客行为。

（四）加强对景区投资开发行为的监控

对于旅游重大项目、重点项目，有关部门应当严格论证、科学评审，监控相关经营管理活动。同时，可以聘请有关旅游专家担任顾问，为有关部门提供决策参考。

第十五章 保障措施

一、社区参与模式

“政府引导+企业投入+居民参与+统一协作”的管理运营模式。

政府引导：政府作为项目的引导者，将为项目出台优惠政策，扫清政策障碍。

企业投入：项目的开发投资者将拥有项目的产权，并对整个项目进行高起点的规划，进行有序建设。

居民参与：提高居民参与度，参与经营，多途径获得收益，实现致富。

统一协作：全托管、统一经营，推行统一营销推广、统一规划、统一经营培训、统一形象顾问、统一客户公关、统一办理证照、统一物业管理、统一服务咨询、统一策略执行的“十大统一”。

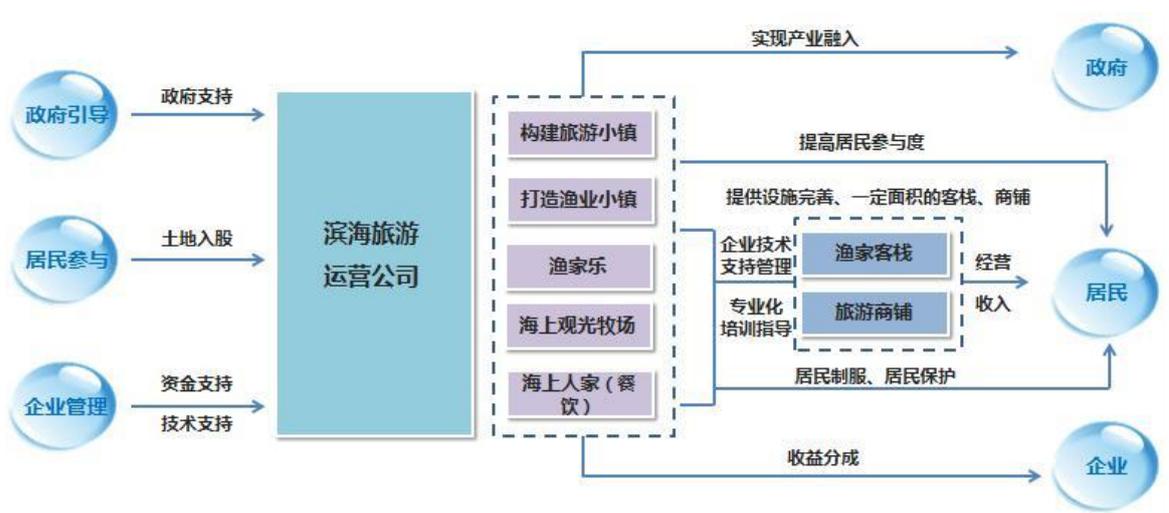


图 15-1 社区参与模式关系图

二、创新理念

在部分区域，不搞规划就是最好的规划，不开发就是最好的开发。

（一）观光游为主的滨海旅游开发

行政主导下的自由主义开发模式：在此开发模式下多出现小的浴场、渔家乐、酒店等。

（二）地产化的海岸旅游开发

资本主导下的权贵，资本主义开发模式：政府大开绿灯，目前海陵岛大多数是大资本、大地块，资本主导的发展模式，导致地产化过度。

（三）全域协调的科学旅游开发

规划主导下的科学开发模式：抢救滨海岸线，避免纯地产化岸线，保留自然海岸线；红树林及海岸带限制开发，规定留白区；划定旅游功能区划，确定生态保护区，规划期内不搞过度开发。

三、保障政策建议

（一）完善滨海开发政策

旅游政策：利用好建设滨海旅游的有利契机，制定开放的旅游政策，大力吸引国内外客源，积极引进外资旅游企业，提升阳江市国际化水准。

财税政策：加大对滨海事业发展、公共基础设施、重大科技专项投入力度，广东省在安排中央预算内投资时对阳江涉海项目给予必要支持。中央财政在安排海域使用金、无居民海岛使用金支出项目时，对阳江给予倾斜支持。各级政府加大对渔港防坡堤、护岸、码头、航道等基础设施建设的投入力度。

金融政策：引导金融资源和社会资金投向海洋经济发展领域。鼓励和支持金融机构在有效防范风险的基础上，积极开展船舶、海域使用权抵（质）押贷款业务。支持符合条件的涉海企业发行企业债、公司债、短期融资券和中期票据等债务融资工具，推动符合条件的涉海企业在境内发行股票融资。推进粤港澳海洋开发金融合作，探索在境内外发行海洋开发债券。鼓励产业（股权）投资基金投资海洋综合开发企业和项目。大力开展保险业务，推动针对相关海洋产业的保险产品创新。

海域使用政策：推进建立海域使用并联审核机制，项目用海的海域使用论证、环境影响评价等同时进行，提高审批效率。严格保护基本养殖水域滩涂。

海岛开发政策：贯彻实施《海岛保护法》，促进海岛保护与合理开发利用，采取严格的生态保护措施，避免造成海岛及其周边海域生态系统破坏。

区域合作政策：探索建立游艇出入境管理新模式，会同香港、澳门特别行政区政府研究粤港澳地区游艇出入境便捷管理措施，为游艇出入境提供通关便利。加强口岸基础设施建设，优化监管和服务，提高口岸通行效率。合作开展粤西地区海洋生态环境保护、大气污染防治等工作。完善区域发展政策，积极推动主体区和联动区的协调发展。

酒店管理政策：引进外国和港、澳、台地区的知名旅行社，形成客源市场、目的地市场经营一体化。在未来5年内，以俄罗斯、韩国、日本等主要客源地为重点，引进多家带客源、带航线的境外知名旅行社，进一步加快与国际旅游市场地对接步伐。

（二）创新滨海综合管理体制机制

加强滨海旅游管理机制：充分发挥旅游行政管理部门职能作用，加强监督管理。发挥各类旅游协会作用，制定行业规范，推进行业自律。建立健全导游人员执业的准入、激励、保障和责任追究等机制。

规范滨海旅游市场秩序。推动完善滨海旅游服务质量监督管理体制，加大滨海旅游投诉处理、滨海旅游市场执法力度，加快推进旅游行业标准化建设。强化滨海旅游安全监管，营造安全滨海旅游环境。全力推进诚信滨海旅游，推行优质滨海旅游计划，加强滨海旅游行风建设。

深化滨海行政管理体制改革：推进滨海管理体制机制创新、探索建立职能有机统一、组织结构优化的滨海综合管理体制和技术支撑体系、统筹协调各部门、各行业的滨海开发行为、加强海洋维权执法、公共服务等机构建设、加快建立跨部门、跨区域的海洋环境保护管理协调机制，开展海洋环境保护联合执法。

创新滨海资源开发管理：编制阳江滨海产业空间布局、海洋新兴产业发展、海岸保护与利用、海岛保护等专项规划。

实施海域使用动态监视监测工程，推动建设海域使用论证管理中心、海籍管理和海洋测绘中心、海洋权属管理及产权交易中心。

保护性开采锆英石砂矿，健全海砂等资源开采海域使用权招标拍卖制度。

实施数字滨海工程，构建阳江滨海电子政务信息平台。

（三）投融资建议

借鉴国外旅游开发经验：借鉴国外成功旅游度假区旅游开发的经验，深化旅游投融资体制改革，充分发挥市场的基础性作用，在政府主导下，积极创造条件，扩大旅游投资融资渠道，建立投资方式多元化、资金来源多渠道的投融资格局。

重视对旅游业的导向性投入：重视对旅游业的导向性投入。深化旅游基础设施投资机制改革，制定鼓励外资和民间资本介入旅游基础设施建设的政策，鼓励和支持旅游基础设施建设的BOT投融资模式。

建立旅游市场准入机制：消除市场分割，建立旅游市场准入机制，鼓励和吸引国内外企业特别是民营企业参与滨海旅游开发，鼓励相关产业向旅游业延伸。加大招商引资力度，出台融资、用电、用水等方面的倾斜政策，鼓励支持外资、社会资金投入开发旅游业，形成多形式、多元化的旅游发展体系。

创新投融资体制：创新投融资体制，大力引进外资、社会资金投入开发大型旅游项目，集中财力打造一批4A、5A级景区等旅游精品项目，鼓励景区规范化管理，通过精品景区打造经典旅游线路。推行“优质旅游联盟”计划，实行旅游奖励，促进旅游企业核心竞争力提升，促进优质旅行社、景区景点、酒店等旅游企业互促互动发展。

四、组织与人才保障

四大人才引进政策，强化旅游服务国际化人才保障。

（一）优化人才引进机制

重点针对旅游业、现代服务业等急需的高层次人才制定引进办法，强化资金支持和政策保障，切实提高引才实效。

旅游企业是旅游发展的主力，加强相关单位的合作交流，定期组织旅游企业高管层的经验交流，组织参观其他滨海旅游地区，吸取开发和管理的成功经验。

开展各种在岗培训：结合阳江建设教育培训产业区的建设，加强旅游业在岗培训工作，充分发挥阳江市旅游院校、旅游协会和旅游学会的智力优势。

改进旅游培训方式：改革培训形式和方法，形成岗位培训、创新培训、淡季培训等多种培训形式齐头并进的新局面。

（二）拓展人才引进渠道

利用阳江优异的自然条件，采取合作研究、业余兼职、人才租赁、专家服务等柔性方式吸引高层次人才。

加强与各旅游高校的合作，为学生实习提供基地，提供优厚的人才待遇，吸引优秀毕业生到此工作，聘请专家或兼职顾问，为旅游景区的发展出谋划策。建立旅游人才流动制度。不断完善用人机制，建立起留得住人才的企业文化和激励机制，建立人才流动制度和人才流动备案制度。加大旅游优秀人才引进力度。大量引进外语人才，充实各大旅行社、酒店、景区（点），特别是导游队伍。

（三）提高人才引进效率

大力发展人力资源服务业，发挥天使投资、风险投资机构和各类人才中介作用，探索运用市场机制选拔人才。

增加旅游教育投入：依托现有院校开发旅游教育，使学历教育和非学历教育相结合，提高员工素质。培养一支有较高专业水平，普通话、粤语、外语相配套的导游人员队伍。有计划地选调一批优秀人才到国内外大学和研究机构学习、深造。

优化旅游专业结构：支持骨干旅游院校急需而又紧缺的新专业，主要包括：度假型旅游饭店管理、分时度假旅游网络管理、旅游娱乐管理、物业管理、旅游资本运营、旅游电子商务等。

（四）加大人才开发力度

针对高层次和紧缺型旅游人才制定专门培养计划，加快培养适应。旅游新业态的管理型、技能型人才，建立高水平旅游业高等教育和职业教育培训基地，培育国际化旅游人才队伍。

加强管理阶层和在职员工的培训，学习旅游政策、市场动态，经营和操作流程、环境教育等专业知识和相关知识。要培养高素质的专业管理人才。利用旅游

院校培训班、专题讲座、学术会议等各种形式以及请进人才、培训学习等方法培养一批高端旅游管理人才，为实现阳江滨海旅游可持续发展提供人才保障。

重点培养以下几类型旅游业重点人才：行政领导人才、职业经理人才、短缺专业人才、旅游师资人才、导游员队伍建设。

（五）培育人才孵化基地

目前，阳江旅游行业中主要存在的四大问题，一是领军型的人才、高层次的人才的缺乏，二是人才职业化水平和整体职业能力不够强，三是人才结构层次布局不合理，四是人才发展的体制机制障碍没有完全消除。

针对这些问题，阳江旅游行业应重点实施人才强旅战略，积极开展旅游重点人才工程，加强旅游高技能人才培养，建设一批示范性的旅游职业教育集团和旅游职业教育院校，实施校企合作、产教对接项目，同时要加快推进旅游职业经理人标准培训认证工作，以重点旅游院校、企业为依托建设一批旅游高技能人才培养孵化基地。

五、资金筹措

（一）专项投资

积极争取国家、广东省内及粤西地区交通基础设施、旅游公路建设、滨海旅游发展相关资金，并把专项资金的安排尽可能与旅游发展结合起来。

（二）市场运作

针对不同的项目，选择不同的融资模式使之相匹配，根据有关政策，争取国家、省级财政及相关基金支持；出台无形资产评估管理办法，鼓励采用BOT、TOT等融资方式，推行动产抵押、权益抵押、土地使用权抵押、林权抵押和旅游门票权质押等担保形式，拓宽资金投入渠道。

（三）社会企业投入

提升旅游资源市场化机制，引入具有雄厚实力和经验的旅游专业化集团，对旅游景区进行开发。鼓励具有国际知名度的服务品牌企业（包括酒店、餐饮、商业、零售、美容、休闲、旅行代理等）进驻。

（四）当地居民参与

引导当地居民参与旅游发展，使得当地居民成为旅游开发主体而非客体，当地居民扮演的角色是当局者和主人翁。当地居民投资建设农家餐饮、渔家客栈、文化表演等各种旅游类项目，既能促进当地经济发展，在当地创造公平的利益分配体系，也能增强当地居民对旅游发展的认同感。

第十六章 行动计划

一、建设计划

（一）总体思路

坚持一个优先，两项并举，三级连跳的总体思路，科学全面的推进阳江滨海旅游发展，从而促进阳江海洋经济振兴，达到蓝色引领，城市南拓，中心城区扩容提质的终极目标。

坚持一个优先：坚持服务先行、配套先行的策略，导入国际化标准，强化基础建设、服务配套，贯彻“夯实基础、长期作战”理念，为滨海旅游的整体发展打下坚实的基础。

贯彻两项并举：发挥旅游产业强劲的关联辐射效应，以蓝色旅游带动蓝色产业的发展，以蓝色产业反哺蓝色旅游的开发，形成旅游产业与联动产业发展并举、互利共荣的良性循环。

实施三级连跳：遵循旅游业发展规律，结合阳江滨海旅游发展现状，实施“三级连跳”计划，第一步夯实基础、培育市场；第二步加速发展、建立品牌；第三步开拓创新、树立标杆。

表 16-1 建设计划一览表

	期限	工作重点	分期计划
近期	基础攻坚 (2015—2017年)	<ul style="list-style-type: none"> 全力完善基础配套 加速海丝品牌产品提升 启动滨海观光类产品建设 建立市场监管、环境监测机制 	<ul style="list-style-type: none"> 重点推进滨海旅游服务中心、海陵岛国际目的地两大片区的发展 大力建设滨海观光、海丝观光类产品，初步构建现代滨海旅游城市形象
中期	快速发展 (2018—2020年)	<ul style="list-style-type: none"> 启动智慧旅游工程 着力打造滨海休闲类产品 提升海丝品牌影响力 健全市场、环境监控体系 	<ul style="list-style-type: none"> 在现代滨海旅游城市形象的引领下，全面推进滨海旅游综合度假产品的关联产业产品建设
远期	持续深化	<ul style="list-style-type: none"> 完善滨海主题度假类产品 推进渔业产业现代化建设 	<ul style="list-style-type: none"> 带动东西两大特色滨海片区的旅游发展，促成滨

	(2021—2025年)	<ul style="list-style-type: none"> • 创建国家AAAAA级旅游区 • 提升节庆、赛事级别、规模 	海旅游目的地品牌化、现代海洋产业集群化的双向发展
--	--------------	---	--------------------------

（二）分期项目

表 16-2 分期计划一览表

分期	项目名称	项目内容	项目分区	所属县区	项目级别	投资估算(万元)
近期开发项目 (2015-2017)	阳江滨海旅游公共服务提升	提升城市滨海旅游标识体系塑造、公共休闲空间建设工程、城市软环境塑造、城市景观提升、“夜休闲”氛围营造四大工程。	滨海旅游服务核	江城区	★★★★★	12000
	广东海上丝绸之路博物馆(提	提升一大品牌产品,以海上丝绸之路文化中心的高度,打破	滨海休闲度假核	海陵岛	★★★★★	15000

<p>升项目)</p>	<p>时空、区域局限,将历代的海上丝绸之路航程及全球的海上丝绸之路文化全部纳入博物馆体系。</p>				
<p>钻石海岛“恋”（一期）</p>	<p>建设情迷·海岸链（钻石、梦幻、激情三大海岸）、乐享·海世界（海上嘉年华、低空飞行基地、滨海景观廊道）。</p>	<p>滨海休闲度假核</p>	<p>海陵岛</p>	<p>★★★★</p>	<p>5000</p>

	十分 钟乐 活服 务圈 （一 期）	建设主题 商业街区、 医疗保健 中心、教育 城。	滨海休 闲度假 核	海陵岛	★★★★★	3000
	公共 交通 体系	完善内部 交通体系。	滨海休 闲度假 核	海陵岛	★★★★	6000
中期 开发 项目 (201 8-20 20)	国际 邮轮 港	建设国际 邮轮会所、 海上风情 商业街、国 际港务中 心。	海港生 态城	高新区	★★★★	30000
	阳江 港 “海 洋之 憩”（ 阳江 港码 头观 光）	依托美丽 黄昏落日、 傍晚点点 风帆、港口 区域优势， 构建多功 能观光港 口。	海港生 态城	高新区	★★★★	800

<p>“海上丝路”文化创意园（规划项目）</p>	<p>建设一大规划产品，延伸“南海I号”旅游文化品牌的产业链条，开发海丝主题的各类文化创意产品，如海丝手绘地图、海丝指南针、海丝陶器、海丝纪念品、海丝舞台剧等文化艺术产品。</p>	<p>滨海休闲度假核</p>	<p>海陵岛</p>	<p>★★★★★</p>	<p>3000</p>
<p>钻石海岛“恋”（二期）</p>	<p>建设寻探·海底谜（深海潜水、海底探险、海底休闲世界）。</p>	<p>滨海休闲度假核</p>	<p>海陵岛</p>	<p>★★★★★</p>	<p>3000</p>

	十分 钟乐 活服 务圈 （二 期）	建设欢乐 沙滩主题 公园、海洋 文化公园。	滨海休 闲度假 核	海陵岛	★★★★★	3500
	大澳 渔家 文化 村（规 划项 目）	模拟当年 丝绸之路 的繁荣景 象，加入海 洋文化创 意产业，从 保留古渔 村风貌、深 挖渔家文 化、融合文 旅创意、惠 及百姓生 活四个方 面进行拓 展。	渔家文 化体验 组团	阳东区	★★★★	10000
	沙扒 滨海 风情 小镇 （在	打造滨海 度假、泛海 休闲、高端 住宅、特色 商业、主题	滨海风 情休闲 组团	阳西县	★★★★	8000

	建项目)	娱乐、游艇俱乐部、商务会展等独具一格的标志性的滨海风情小镇。				
	珍珠湾旅游区（已建项目）	与渔家文化元素结合，利用滨海区位优势，打造现代滨海渔家文化体验新领域。	渔家文化体验组团	阳东区	★★★★	6000
	月亮湾滨海度假区（在建项目）	以“特享·月亮湾”、“闲趣·月亮湾”、“海疗·月亮湾”三方面提升。	滨海风情休闲组团	阳西县	★★★★	2800
	阳江港“海	通过打造滨海观景路及中心	海港生态城	高新区	★★★	7000

	洋之憩” （阳江港口码头广场）	广场标志性景观。				
	海上丝绸之路文化公园 （新建项目）	以重返海丝之旅为主题，划分不同的主题区域，引入大型的文化娱乐设施。	滨海休闲度假核	海陵岛	★★★★★	20000
	海丝国际剧场 （新建项目）	以海上丝绸之路贸易、探险、文化交流为主题，邀请国际知名的导演及演出团队，编排文化演出。	滨海休闲度假核	海陵岛	★★★★★	3000
远期开发	东平“渔	整合珍珠湾海滨浴	渔家文化体验	阳东区	★★★★	8000

<p>项目 (2021-2025)</p>	<p>家风情·浪漫小镇” (新建项目)</p>	<p>场、玉豚山滨海公园、鸳鸯石、葛洲帆影等优势资源,完善海岸景观平台,完善镇区旅游基础服务设施。</p>	<p>组团</p>			
	<p>东湖旅游度假区(规划项目)</p>	<p>设置低空飞行基地,丰富阳江低空旅游线路。建设休闲街区、温泉会所、湿地花园、滨湖营地、湖畔游船、主题农园。</p>	<p>东湖星岛度假组团</p>	<p>阳东区</p>	<p>★★★★</p>	<p>6000</p>

<p>邂逅河北湾、乐憩白沙湾、尝鲜蓝袍湾(新建项目)</p>	<p>围绕阳西三大湾(河北湾、白沙湾、蓝袍湾)为滨海旅游主体,打造3大主题港湾,以夏威夷式欢迎仪式、澳洲海岸商街休闲氛围、挪威渔港小镇建筑风格分别为三大湾注入活力元素。</p>	<p>环球海湾风情汇组团</p>	<p>阳西县</p>	<p>★★★★</p>	<p>3000</p>
<p>阳西咸水矿温泉旅游度假区(已建项目)</p>	<p>以阳西咸水温泉为核心,结合周边生态水库及民俗艺术为支撑,完善基础设施</p>	<p>温泉养生组团</p>	<p>阳西县</p>	<p>★★★</p>	<p>3000</p>

	目)	施建设。				
	国家 红树 林生 态旅 游区 (规 划项 目)	以创建国 家AAAA级 旅游景区 为目标,加 强生态保 护,主要以 生态观光、 乡村休闲 为主,丰富 滨海旅游 功能,加快 建设与海 陵岛区域 旅游的水 上串联路 线。	红树林 观光组 团	阳西县	★★★	8000

二、营销计划

阳江的旅游营销推广应以“政府主导、企业主体、产品主打、品牌主旨”以及“全面吸引，重点发展”、“科技创意，智慧营销”的原则，根据旅游推广的持续性、针对性、带动性、系统性，确定优先重点营销推广项目。以滨海观光旅游为基础，以滨海休闲度假旅游为重点，以滨海商务度假旅游为特色，提供多元化的滨海旅游产品。加大在国内主流媒体和海外华文媒体的广告宣传投放力度，全方位提升阳江的知名度、美誉度。积极参加境内外促销活动，加强与友好省市宣传促销互动合作，利用互联网、平面媒体和新闻媒体创新宣传促销方式。加强对

海外华人、华侨的宣传促销，发动更多的侨团前来探亲访友、观光旅游。

表 16-3 营销计划一览表

营销分期	启动期 (2015—2017 年)	发展期 (2018—2020 年)	巩固期 (2021—2025 年)
营销目标	提升品牌内涵，加深市场印象。	整合海上丝路文化与阳江文化，策划“南海丝路·船说阳江”主题形象工程。	萃取海上丝路文化主题，形成城市特色文化品牌。
营销策略	借南海 I 号品牌，以海陵岛为吸引极核，针对“海上丝绸之路文化”主题滨海文化旅游创新旅游产品，以产品力带动品牌力。	追逐休闲度假热点、深度滨海旅游新产品上市推广。产品高度形象输出，公关活动吸引潜在客群。	品牌精神与系列产品传奇迅速吸引关注度，引入国际服务机构。
营销项目	<ul style="list-style-type: none"> • 深入挖掘“南海 I 号”的内涵与历史文化 • 建立在线订票系统 • 纳入各大旅行社经典旅游路线 • 纳入各旅游网站景点介绍 	<ul style="list-style-type: none"> • 组织“南海 I 号与阳江之缘”、“阳江带你走广东海上丝绸之路”等宣传活动 • 开展以“南海 I 号”主题的网络营销 • 以“12.12 南海 I 号出水纪念日”为主题策划制作海上剧场演出 	<ul style="list-style-type: none"> • 以“南海 I 号”为品牌，促进阳江与主要滨海地区的合作 • 拍摄以“南海 I 号”海上丝绸之路为历史背景的相关主题电影 • 举办年度阳江海上丝绸之路为主题的世界“贡品”交易会

三、市政建设

（一）滨海城镇街景风貌

旅游接待地往往与城镇结合在一起。因此，城镇街景风貌就显得非常重要。应注意搞好出入城镇的主要交通口的街景建设，城镇主要交通线的街景建设，以及步行（商业）街区的街景建设，主要应体现卫生、整洁、建筑风格与特色等方面。

（二）滨海城市夜景

在保护滨海环境的前提下，阳江市应搞好海陵岛十里银滩和几条滨海道路的夜景建设。滨海灯景应成为夜阳江的海上游赏的主要项目。其次拓展到阳西、阳东区以及高新区沿海一带，如沙扒湾、月亮湾、珍珠湾、阳江港的夜景建设。

（三）滨海城市雕塑

阳江市应在深挖地方文化的基础上，推出一系列有个性的城市雕塑，从而代表地方的旅游形象。

（四）滨海城市户外广告

户外广告有助于提升旅游区形象。目前有 G325 国道、广东西部沿海高速公路、开阳高速公路、阳茂高速公路、汕湛高速公路以及广茂铁路经过阳江市。因此，关于阳江市旅游形象的户外广告牌应考虑设立在有关道路的入境位置。

四、区域合作

（一）广东黄金海岸的联动合作

阳江滨海旅游与广州、深圳、珠海、汕头、汕尾、惠州、茂名和湛江等兄弟市开展无障碍区域旅游合作，形成优势互补、互利共赢的局面，完善提升广东“黄金海岸”滨海旅游。

1. 加强与珠海合作共建

利用珠海横琴新区建设自贸试验区的优势，建立阳江与珠海的滨海旅游协调机制，以打造滨海旅游产品和低空、游艇为主要路径，开通珠海阳江游艇旅游，打造“珠阳港澳”海上黄金旅游线路。同时应强化与珠海金湾国际机场合作，金湾国际机场 2013 年旅客吞吐量突破 290 万人次，创历史新高，阳江市区到金湾机场约两个小时，通过加强双方合作，建立游客中转站及完善的服务体系，引游客来阳江旅游。

2. 加强与茂名、湛江联动发展

以政府为主导，建立旅游合作协调机制，通过合作延长阳江滨海旅游线路，并打造粤西滨海旅游经济圈。一是联合推出游船、滨海度假、滨海观光等旅游精品线路；二是联合营销，共享市场，进行推广营销；三是统筹资源，加快旅游接待服务设施建设。

3. 推进与广东省的旅游合作

以广东省大力发展海洋经济为契机，利用其政策优势，推动全省滨海旅游发展。一是积极引导珠三角地区资金、人才、企业到阳江开发滨海旅游资源、创办旅游企业，推进产业与劳动力的“双转移”，促进区域旅游协调发展，推动区域旅游合理布局；二是大力推进珠三角地区（广州、深圳、珠海）、粤东地区（汕头、汕尾、惠州）与粤西地区（湛江、茂名）客源市场互动，实现大区域旅游市场共享，统筹区域旅游发展，形成区域一体化新格局；三是成立广东省滨海旅游合作联盟，联合推出海洋旅游精品线路，同时联合对外营销，共享客源市场。

（二）国内沿海地区的联动合作

1. 合作主体

与珠三角区域合作。积极参与珠三角地区分工合作，加快融入珠三角。加强与珠中江经济圈城市规划、交通建设衔接，深化文化、旅游建设等领域合作。推进湛茂阳临港经济带共建，加强与港澳台地区交流，积极参与 21 世纪海上丝绸

之路建设，着力构建全方位、多层次、宽领域的区域合作新格局。

与泛珠三角区域滨海旅游合作。泛珠三角包括珠江流域地域相邻、经贸关系密切的福建、江西、广西、海南、湖南、四川、云南、贵州和广东9省区，以及香港、澳门两个特别行政区，简称“9+2”。泛珠三角是阳江滨海旅游的核心市场，要搭建区域旅游合作平台，做好两者之间的旅游交通、旅游信息、旅游客源市场、旅游企业、旅游人力资源的全方位对接。

与环渤海区域滨海旅游合作。环渤海地区是指中国环绕渤海全部及黄海的部分沿岸地区所组成的广大经济区域，包括北京、天津两个直辖市及河北、山西、山东、辽宁和内蒙古中东部地区，共五省（区）二市。环渤海地区具有邻海沿边的地理区位、发达便捷的海陆空交通、雄厚的工业基础和科技教育、丰富的自然资源、密集的骨干城市群等优势。积极搭建大区域之间的旅游合作平台，加强双方在旅游市场、滨海旅游开发、滨海旅游政策等方面的合作与交流。

与沿海热点城市旅游合作。加强与广州、深圳、珠海、香港、茂名、湛江、北海、三亚、泉州、厦门、上海等沿海热带旅游城市的交流与合作，在《中国沿海城市旅游合作宣言》的基础上，打造中国沿海城市海洋旅游合作会议，进一步加强在扩大旅游市场、整合旅游资源、做大产业规模、提升产业素质、提高综合竞争力等方面的交流和互动。

2. 联动措施

建立长效合作机制。联合沿海热点旅游城市，成立区域滨海旅游合作联盟和合作会议秘书处。每年定期轮流召开由各地旅游局长参加的联席会，研究确定旅游合作的战略、方针与机制，通报各地旅游发展的情况，交流经验，协调解决旅游合作与发展中遇到的问题。

联合组织旅游线路。一是联合珠三角打造“一程多站”旅游产品。积极发展邮轮旅游，联合广州、深圳、香港、澳门共同开发以面对国际邮轮旅游市场为主的海上“一程多站”旅游产品，使阳江成为区域邮轮重要的经停目的地。充分利用阳江得天独厚的滨海度假资源和香港购物天堂的品牌优势，联合澳门，加强全方位、多类型的旅游合作，差异化打造旅游产品，形成优势互补，联合开发针对中、高端国际市场的精品旅游路线。二是联合沿海热点城市推出邮轮精品航线。

以湛江、上海、天津、厦门等沿海城市建设邮轮港口码头为契机，发挥各地资源优势，差异化打造一批旅游产品，同时加强合作，签订邮轮、游船停靠协议，设计推出海上邮轮旅游、游船旅游精品航线。

市场共享与联合促销。相互支持各自举办的旅游促销活动，鼓励和倡导合作各方互为旅游客源地，互为旅游目的地，共同拓展国内外旅游市场。整合各自优势资源，突出特色，探讨开发跨区域海洋旅游线路的可能性。实现成员之间旅游咨询站（点）的资源共享，实现成员之间官方旅游网站的相互连接。

项目与政策互通。建立成员共享的滨海旅游招商项目库，提供各自在滨海旅游投资方面的优惠政策，为旅游投资者提供滨海旅游投资的权威信息，引导和鼓励投资者独立或联合开发滨海旅游项目。不定期召开滨海旅游产业政策、滨海旅游资源及滨海旅游产品开发研讨会，针对滨海旅游产业发展、滨海旅游规划及滨海旅游项目运作管理等问题进行交流与探讨。

（三）国际滨海旅游目的地的联动合作

1. 合作主体

“南海”滨海旅游合作联盟。联合泛珠三角地区、海南、北部湾地区、东盟国家，建立“南海”旅游合作机制，成立“南海”滨海旅游合作联盟，打破国界与行政区划的界限，建立良好的合作机制，实现区域旅游市场一体化，实现该区域旅游业的优势互补，通过精选旅游景点、促进线路网络化以及在联动旅游开发、经营方面下功夫，取长补短，发挥整体优势。建立政府高层互访机制，缔结友好城市。

阳江国际滨海旅游合作组织。联合组织东盟国家以及夏威夷、马尔代夫、坎昆、澳大利亚等国家和旅游目的地的旅游部门、主要滨海旅游企业共同参与组建，成立阳江滨海旅游合作组织。由旅游合作组织统一协调国际滨海产品开发、线路对接、市场营销等旅游合作组织，以及在通关、安全、环保等方面进行协调。

世界海洋旅游论坛。联合东南亚、地中海、加勒比海、太平洋群岛等世界著名的海洋旅游目的地，共同组建世界海洋旅游论坛，设立论坛秘书处和研究院。

阳江与各类国际旅游组织的合作与交流。加强同世界旅游组织、亚太经合组

织、亚太旅游协会、南太平洋旅游组织、世界旅行与旅游理事会、世界旅行社协会联合会、国际社会旅游组织、国际饭店与餐馆协会、国际汽车运动联合会的合作，从“加入会员、设立分会、引入国际优质教育科技资源、联合举办大型滨海旅游活动、消除国际滨海的政策障碍、建立利益相关者之间新型的伙伴关系、旅游项目资金募集、联合开展滨海旅游网络活动的策划和宣传推介活动”等多层次、多角度开展合作。

2. 联动措施

国际旅游线路合作。一是联合珠三角推出环珠三角旅游线路。有效整合资源，充分挖掘各地区的文化内涵，开发多种旅游产品，设计地方特色文化旅游精品，以增加旅游的文化特色。在线路组合上把各地“亮点”有机结合起来，推出几条“珠三角—阳江—南海”旅游特色路线。二是联合东南亚构建“阳江—东南亚”旅游线路。利用粤西地区建立粤西国际机场的机遇，开通或增加与东南亚主要滨海度假旅游目的地和城市的飞机航班。

旅游市场共享。阳江地区和东盟各国可以通过对第三方市场的联合营销，通过组建旅游大篷车、国际赛事、国际活动等事件营销方式，共享国际客源市场群体，如日韩一直是中国和东盟最主要的入境旅游市场，澳大利亚、北美、欧洲各国与东盟的旅游关系也十分紧密，通过联合营销，提供阳江滨海旅游市场知名度和美誉度，将东盟客源吸引到阳江。

滨海旅游信息交流。合作创建滨海旅游信息数据库系统，将国内外的滨海旅游资源、滨海旅游政策、滨海旅游产品、主要滨海旅游企业、滨海旅游市场发展等信息通过信息数据库系统实现共享，并进一步与国际上的旅游信息中心对接，形成国际滨海旅游信息交流机制。同时努力建立国对国、省对省、市对市的旅游互访机制、行业交流机制、学术研究机制和培训合作机制，在高层政策传递、行业信息传递、共同学术研究等方面形成有效的信息传递机制，不断拓宽信息交流沟通渠道。

生态环境保护合作。加强阳江与东盟国家的海洋生态环境保护国际合作，建立国际合作机制；在现有的环境保护法和相关法规的基础上，针对阳江的海洋生态、滨海生态、海岛生态和南海海域，由广东省联合周边省市共同立法保护；建

立阳江海洋环境保护论坛，研究阳江及国际海洋旅游目的地在海洋旅游开发中产生的生态环境问题和对策。

（四）海上丝绸之路的联动合作

1. 合作主体

共建海上丝路，不仅深化了中国—东盟互利关系，促进更为紧密的中国—东盟命运共同体形成，而且还将重新打通阻滞多年的亚欧经济动脉，将中国、东南亚、西亚、北非乃至欧洲联结起来，构建起一个海上“连通东盟、南亚，甚至西亚、北非、欧洲等各大经济板块市场链，形成覆盖数十亿人口的共同市场”的全方位开放格局。

2. 联动措施

合作的机制与方式：自上而下式地在各地的领导下，在联合国相关组织和有关国际组织的协调支持下，以不同旅游城市作为项目实施的主体，通过政府或企业的投资，完成旅游合作开发项目的实施；自下而上式地由不同旅游城市提出单向、双向或多向旅游合作联合项目，经旅游合作联合体及旅游合作开发委员会的协调运作，完成旅游合作项目。

积极联合营销：与海上丝绸之路历经的国家和地区联合开发。鼓励和支持国内旅行社与国外旅行社联合调查、考察并开辟“海上丝绸之路国际旅游线路”。开展学术交流，加强宣传，扩大影响。组合富有特色的旅游产品，开辟海上丝绸之路旅游线路。各地旅游行业组合海上丝绸之路旅游资源，共同开发客源市场，与重要旅游城市共同开辟国际海上丝绸之路旅游线路具有旅游经济意义，同时也利于宣传海上丝绸之路，宣传城市形象，推进城市与国内外的联系。

“海上丝绸之路”将中国和东南亚国家临海港口城市串起来，通过海上互联互通、港口城市合作机制以及海洋经济合作等途径，最终形成海上“丝绸之路经济带”，形成覆盖数十亿人口的共同市场，未来或将从“量的扩张”至“质的升华”，实现利益的深度共享融合。

第十七章 专题研究

专题一：阳江滨海旅游国际影响力

（一）开发方向

阳江的滨海旅游度假资源全国罕有，“碧海银滩”是阳江最亮丽的名片，是吸引国内外游客纷至沓来的“源动力”。作为海上丝绸之路的发祥地之一，阳江市积淀了悠久而深厚的“海洋文化”。目前阳江市的滨海旅游产业已具备一定规模，全市滨海旅游业已形成了“以海陵岛为龙头，以阳西沙扒镇、阳东东平镇为两翼，龙头崛起，两翼齐飞”的战略格局。而海陵岛是中国最美十大海岛之一和中国十大宝岛之一，作为阳江滨海旅游业发展的龙头，应构建世界级滨海旅游度假岛体系，打造世界级度假旅游目的地，提升国际影响力，发挥海陵岛滨海旅游带动作用，带动阳江其他滨海区域走进国际化市场。

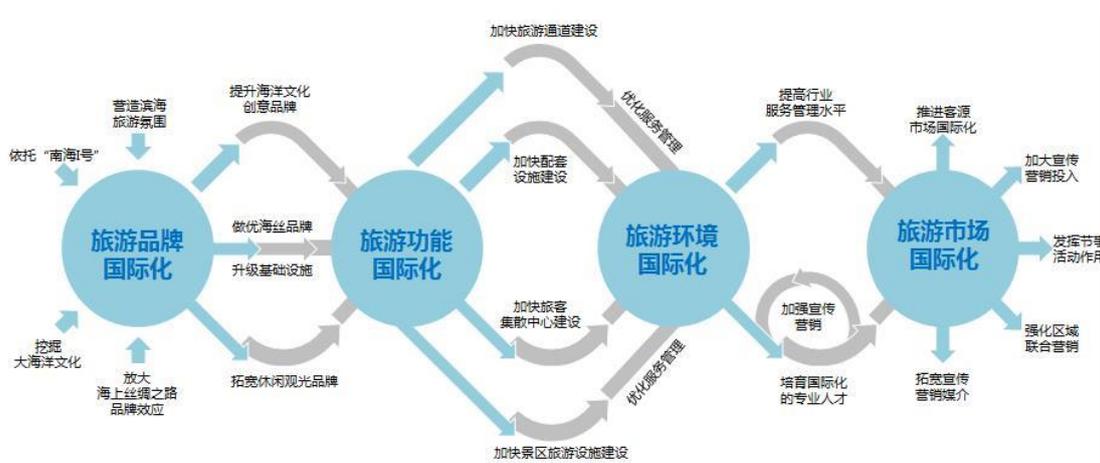


图 17-1 旅游国际化关系结构图

（二）案例研究

1. 巴厘岛

巴厘岛位于印度洋赤道以南，爪哇岛东部，总面积为 5620 平方公里，人口约 315 万人，以典型的海滨自然风光和独特的风土人情闻名于世。

（1）市场影响力

经济效应：巴厘岛旅游业，每年创造的产值占全印尼旅游业的 1/4，GDP 的 1%—1.5%。巴厘当地居民的 80% 都从事旅游业。每年来巴厘岛的外国游客总数达 300 多万人次，酒店的住房率平均达到 90%。人均停留 7.5 天，人均消费超过 1000 元人民币 / 天。

旅游形象：世界著名的滨海旅游圣地、印尼 13600 多个岛屿中最耀眼的一个岛、“神明之岛”、“恶魔之岛”、“罗曼斯岛”、“绮丽之岛”、“天堂之岛”、“魔幻之岛”、“花之岛”。

国际影响：2007 年联合国气候变化大会、世贸组织部长级会议、APEC 第二十一次领导人非正式会议等。

（2）资源禀赋

自然环境：巴厘岛气候属于热带海岛型气候，全岛大部分为山地，地势东高西低。

民俗文化：宗教（“千寺之岛”）、舞蹈、雕刻、音乐、皮影。

旅游景点：海神庙、高尔夫球场、圣泉庙、金巴兰海滩、库塔海滩、阿勇河漂流、爱之船出海。

（3）区位交通

外部交通：与岛外主要的交通接口为伍拉·赖国际机场（又称巴厘国际机场），位在巴厘岛南部，主要连结雅加达、东京、新加坡、深圳等各地大城市。除了国际航线外，国内航线也通往印尼其它的岛屿。

内部交通：大部分的交通方式为汽车，岛内有沿岸的环岛公路以及通往内陆的南北向公路。村落与村落间连接的道路相当多，中产阶级以下的人民主要的交通方式为摩托车和合乘出租车，此外一些地区也有使用马车代步。由于观光客众多，岛内有许多接驳车。另外，南部主要的观光地，如丹帕沙、库塔（Kuta）和沙努（Sanur），都有出租车，价格相当低廉。

（4）产品供给

景点：海神庙、圣泉庙、乌布王宫、京打玛尼火山、乌鲁瓦图断崖、金巴兰海滩、库塔海滩、木雕之乡、神鹰广场、阿勇河漂流、爱之船出海、圣猴森林公园。

住宿：1004家各类度假酒店。

配套：美食、乌布购物、库塔购物、高尔夫球场、海上运动中心、spa中心等。

（5）支撑环境

成功的定位：它并不是单纯地依靠自然景观来吸引游客，还依赖它的巴厘岛文化。巴厘岛上的各种民俗都通过促销和宣传手段被赋予了新的内涵而成为了旅游的优秀产品和理念。

旅游形式多样化：除了文化旅游外，巴厘岛还开发了各种各样其他的旅游形式，如生态旅游、乡村旅游、海洋旅游和体育旅游等。

学习先进管理经验：巴厘岛还努力学习外国管理经验，引进高级酒店，提高旅游服务质量等。

旅游规划体系完善：巴厘岛有着一套完整的旅游规划体系，该规划的主要目的就是保证旅游业在巴厘岛发展的同时不能牺牲巴厘岛的本土文化特色，不能破坏巴厘岛的生态环境。

注重旅游宣传：巴厘岛非常重视旅游宣传促销，政府出资拨出专项资金用于旅游宣传，包括制作小册子、地图等。另一方面，政府或行业协会，组织各个旅游企业进行宣传。

合作关系广泛：与济州岛(韩国)、岩手县（日本）、冈山县（日本）等建立友好旅游城市关系，通过简化入境手续和宣传，吸引更多游客。

2. 济州岛

济州岛位于朝鲜半岛的南端，与日本、中国、朝鲜隔海相望。韩国最大的岛，占地1826平方公里。

（1）市场影响力

经济效应：济州岛是韩国最受欢迎的旅游度假胜地，2011 年，接待游客 820 万人次，旅游业收入占济州岛国民经济 60%-70%，是岛内最大的经济支柱。

旅游形象：享有“韩国夏威夷”、“浪漫之岛”的美称。

国际影响力：3rd ICMDME 2014、2013 年 APT 亚洲系列赛济州岛站、济州高尔夫挑战赛。

（2）资源禀赋

自然景观：柱状节理带、火山口、汉拿山、龙头岩、人文景观、民俗村博物馆、海女博物馆、爱之岛主题公园、城邑民俗村、小人国主题乐园、泰迪熊博物馆、著名风景、城山日出峰、牛岛、万丈窟、天帝渊瀑布、西归浦。

（3）区位交通

对外交通：【航空】首尔、釜山、大邱、光州、晋州等地的 12 条国内航班之外，还有飞往中国北京、上海和日本东京、大阪、名古屋、福岗等地的 6 条国际航线。【水运】仁川→济州，所需时间：约 13~15 小时；釜山→济州，所需时间约 11 小时，公交车、机场大巴。

对内交通：租借汽车、岛内巴士、岛内公交车、轮渡。【济州港】轮船接仁川港，丽水港，木浦港等。

（4）产品供给

自然景观：沙滩、南韩最高名山汉拿山、世界自然遗产火山岛及熔岩洞窟、瀛洲十景等。

人文体验：济州民俗村博物馆、中文观光园区、济州陶艺村、东北里渔村、西归浦橙子博物馆等。

医疗养生：西归浦自然休养林、药草小山等。

休闲娱乐：18 个高尔夫度假村、主题公园、户外运动基地、7 大赌场、6 大免税商场、度假酒店等。

（5）支撑环境

2006年，韩国正式成立济州特别自治道，享有高度自治权政府出台开放的签证、居住政策，主要客源国游客凭本国护照及往返机票即可免签进入济州岛；特设自由贸易区，放宽济州自由贸易区的入区资格及减免税收，对游客实行离岛退税政策；重点扶持建设具有世界水平的休养设施和综合性旅游项目，并提供税收及土地租赁等相关优惠政策。

（三）对比世界级滨海旅游度假目的地评价指标

1. 世界级滨海旅游度假岛指标体系

表 17-1 指标体系一览表

	7 大门类	权重值	26 项指标
世界级 滨海旅游 度假岛	世界级的滨海资源	0.20	文化地位
			外显程度
			资源规模
			资源质量
			其他资源
	全球性市场影响力	0.20	经济效应
			旅游形象
			国际影响
			营销推广
	国际化的多样产品	0.17	产品体系
			核心产品
			服务设施
			旅游企业
便捷通达区位交通	0.15	地理位置	

			外部交通	
			内部交通	
			临近效应	
	优越独特自然生态	0.11		物候条件
				生态环境
				开发难度
	产业龙头带动效应	0.09		产业收益
				产业体系
				经济带动
	健康强劲发展环境	0.08		政策管理
				经济环境
				社会环境

2. 详细评价指标

表 17-2 详细评价指标一览表

门类	指标	详细内容
世界级文化及资源	海洋文化地位	海洋文化具有国际性和全球性，在国际上具有一定地位；拥有完整的海洋文化体系；海洋文化具有普世审美价值，能够引起世人共鸣。
	外显程度	滨海外显形式多样且易感知、体验，至少拥有一个世界级有形滨海资源。
	资源规模	具有相当规模的滨海资源体量。
	资源质量	滨海资源原始形态结构完好，具有极高的观赏体验或历史、研究、教育、传播价值。
	其他资源	拥有除滨海外的其他高品质资源。
全球	经济效应	年游客量超过 500 万人次，重访率为 30%以上。

性市场影响力	旅游形象	易辨识和理解、简单上口、国际知名度高；民族文化项目在同类型；旅游地中为前列，承办过与特色文化相关的国际型活动。
	国际影响	市场范围辐射广，境外游客占 20%以上，承办多次国际级别的赛事、会议、节庆。
	营销推广	拥有完善的网络营销和新媒体营销体系，成熟完善的境外营销推广系统。
国际化的多样产品	产品体系	产品开发种类多样、层次丰富、价格体系完整，满足不同人群；文化休闲、游艇、高尔夫、高端度假、户外运动等国际流行的旅游产品比例超过 30%。
	核心产品	至少有一项世界级吸引力的滨海旅游核心产品；产品独特性强，国际化程度高。
	服务设施	立体化的住宿体系、多样化的餐饮场所、特色会议会展设施、齐备的康疗设施、丰富的娱乐活动、极具纪念价值的旅游商品和大型购物场所，服务设施齐全、品质优秀，具有国际标准；景区服务设施齐全，标识至少有 4 种语言。
	旅游企业	大量国际连锁品牌企业投贺入驻，形成品牌集聚效应。
便捷通达 区位交通	地理位置	南北纬 60° 之间，人类易适应范围内；处于区域地理中心。
	外部交通	以铁路、公路、航空为主，水路为补充的复合型交通系统，年可负载人流量为百万级。
	内部交通	区域内部快速通达各旅游区；路网简洁，道路指示系统完善，自驾游盛行；旅游交通工具形式多样，便捷度高。
	邻近效应	巨大的资源实体整体综合发展程度高，对周边区域旅游发展的辐射带动作用明显，是大区域内的旅游核心和龙头。
优越独特 自然生态	物候条件	优质的空气，适宜的温度、充足的阳光，适宜人类活动的自然环境。
	生态环境	森林、山地、海滨、湖泊、河流、田园等适宜开展特色观光及度假地优质生态环境；沙漠、冰雪等特种体验环境。

	开发难度	地形地质适宜开发；政府政策、军事、核辐射等外力因素影响开发程度小；基于自然和文化遗产保护限制开发程度小。
产业龙头带动效应	产业收益	旅游产业增加值占 GDP 大于 15%；旅游外汇收入占旅游总收入大于 10%。
	产业体系	产业体系完善，旅游产业对工业、农业、体育、商贸、房地产、文化等产业带动明显，三产比例超过 60%。
	经济带动	旅游业收入占当地社区居民收入比例大于 40%，旅游从业者占第三产业从业人员大于 30%。
健康强劲发展环境	政策管理	政府对旅游业大力支持，尤其对境外公民有旅游政策；旅游规划的完备性，市场准入容易程度，应急事件处理的效率。
	经济环境	所属经济体的经济实力强大，重视旅游业，对其有固定比例投入。
	社会环境	所在地治安稳定，居民好客，有基本英语交流能力，高素质旅游人才丰富。

3. 海陵岛对照标准打分

表 17-3 海陵岛对照标准打分一览表

评价标准	权重值	详细指标	权重值	海陵岛得分（满分 100）	
全球性市场影响力	0.20	经济效应	0.2	50	50.75
		旅游形象	0.2	50	
		国际影响	0.3	38	
		营销推广	0.3	65	
世界级	0.20	文化地位	0.25	92	89.4

文化及资源		外显程度	0.2	88	
		资源规模	0.15	90	
		资源质量	0.15	92	
		其他资源	0.25	85	
国际化的多样产品	0.17	产品体系	0.3	65	58.25
		核心产品	0.3	75	
		服务设施	0.25	48	
		旅游企业	0.15	45	
便捷通达区位交通	0.15	地理位置	0.15	85	71.25
		外部交通	0.35	75	
		内部交通	0.35	60	
		邻近效应	0.15	65	
优越独特自然生态	0.11	物候条件	0.45	95	85
		生态环境	0.35	85	
		开发难度	0.2	75	
产业龙头带动效应	0.09	产业收益	0.45	65	56
		产业体系	0.35	48	
		经济带动	0.3	55	
健康强劲发展环境	0.08	政策管理	0.5	70	65
		经济环境	0.25	58	
		社会环境	0.25	65	
总计	1	——	——		68

4. 总体判断

海陵岛通过系统性提升改进可建设成为世界级滨海旅游度假岛。

表 17-4 海陵岛对照标准得分一览表

得分	判断
0—30	与世界级滨海旅游度假岛差距极大，常规建设难以弥补差距
31—60	与世界级滨海旅游度假岛有较大差距，需进行大程度改进和提升
61—85	与世界级滨海旅游度假岛有一定差距，通过部分改进可实现目标
86—100	基本实现世界级滨海旅游度假岛建设目标，需不断创新维持优势

5. 海陵岛的目标差距分析

(1) 7 大门类目标差距分析

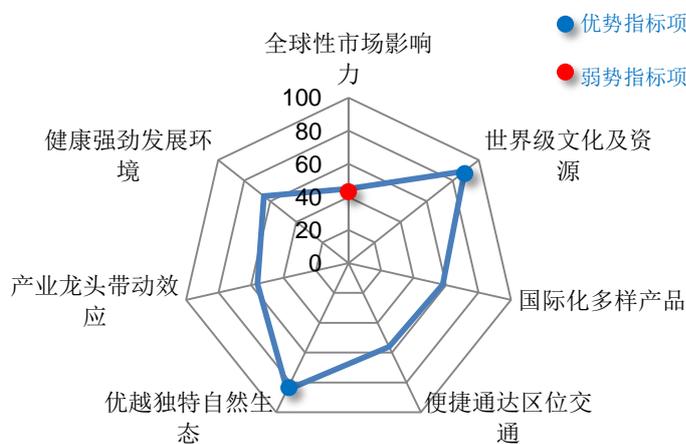


图 17-2 7 大门类目标差距分析雷达图

由雷达图分析可知：7 大门类中，海陵岛的全球性市场影响力与目标差距最大。

(2) 26 项指标目标差距分析

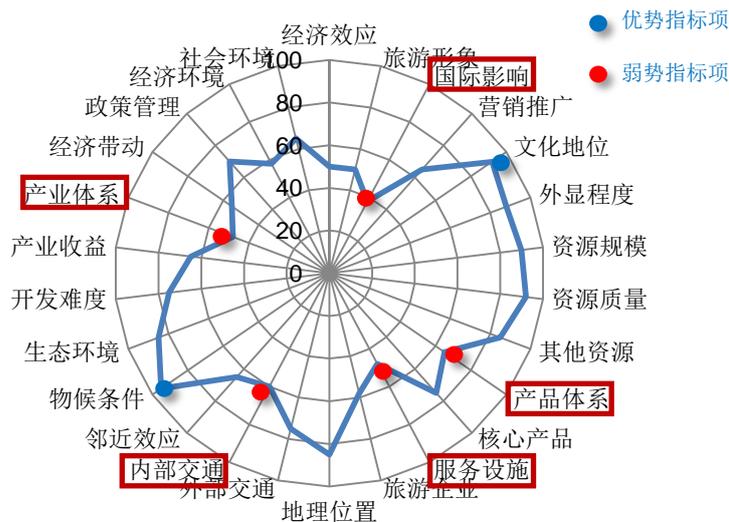


图 17-3 26 项指标目标差距分析雷达图

由 26 项指标目标差距分析雷达图可知，国际影响、服务设施、内部交通、产品体系、产业体系等指标与世界级滨海旅游度假岛标准差距最大，应重点建设提升。

（3）小结

通过 7 大门类目标差距分析和 26 项指标目标差距分析可知，阳江建设世界级滨海旅游目的地应从以下五个方面重点突破：一是提升国际影响力；二是丰富产品体系；三是产业延伸集群发展；四是补充服务配套设施；五是完善公共交通体系。

（四）突破举措

1. 提升国际影响力

发展目标：国际一流的滨海旅游目的地品牌形象。

发展策略：整合市区、海陵岛、阳西、阳东的旅游资源，打造具有国际影响力的旅游产品，明确旅游形象，统一特色宣传口号，统一设计形象标识 VI 系统。在此基础上，加大宣传口号、形象系统的应用，通过海上丝绸之路发展契机，在各大场合、会议会展中积极宣传，提升营销效率。

支撑项目：广东海上丝绸之路博物馆、“海上丝路”文化创意园、海丝国际剧场等。

2. 丰富产品体系

发展目标：阳江滨海旅游的灵魂产品。

发展策略：深入挖掘海上丝绸之路文化内涵，通过引入现代科技，开发创意型的新兴产品；同时以文化为切入点，积极引导社区参与，通过“人”将文化做活，通过文化旅游促进社区的持续发展。

支撑项目：钻石海岛“恋”、环球海湾风情汇、海上丝绸之路文化公园等。

3. 产业延伸集群发展

发展目标：形成以旅游业为龙头的大产业体系。

发展策略：调整战略意识，强化旅游发展的意识，因为旅游业是提高人民生活指数的产业，是拉动产业。明确阳江各个区域产业发展方向。依托旅游业的综合性，联动产业、联动行业、联动全民，实现综合产业综合发展的大旅游格局，以产业融合模式，实现百姓参与旅游收益。

支撑项目：阳西咸水矿温泉旅游度假山庄、沙扒滨海风情小镇、东平“渔家风情·浪漫小镇”等。

4. 补充服务配套设施

发展目标：构建国际化的产品、服务、配套体系。

发展策略：依托自身资源特色，构建“海岸休闲、海岛度假、海上观光、海下特种、城市娱乐、产业融合”六大特色全面的阳江滨海旅游产品体系，分别开发引擎、重点、支撑三级产品；引入国际标准，通过标准化建设工程，提升旅游配套服务设施；抓住保利等知名企业进驻的机会，引入专业的旅游企业，带动旅游产业的整体发展。

支撑项目：十分钟乐活服务圈、阳江滨海旅游公共服务提升、阳江港“海洋之憩”等。

5. 完善公共交通体系

发展目标：构筑水陆空立体化交通体系。

发展策略：通过内部陆路交通规划、水路交通规划、特色游线规划形成立体的交通网络，内部陆路交通以“一条主动脉，两条联动轴线”连通全市；水路交通以四类游船作为水上旅游特色支撑，构成阳江滨海水陆旅游大环线；特色游线包括主推游线、海丝游线、区域游线等。

支撑项目：公共交通体系、立体化交通系统等。

专题二：阳江海岛旅游开发专题研究

（一）发展意义

通俗的讲，海岛就是指比陆地的面积小，并完全被海洋包围了的陆地。海岛是海陆的岛桥、海洋开发的基地，是滨海旅游开发的前沿和重要组成部分。如果说滨海旅游是前景远大的海洋产业群的重要组成部分，而海岛旅游则是海洋旅游“皇冠”上的“明珠”。海岛因给旅游者远离城市喧嚣和彻底回归自然的心理感受而倍受青睐，已成为世界旅游热点地区。作为特殊的旅游目的地，其开发对促进海岛及周边地区的地区经济、社会发展起到重要作用，促进海岛地区文化景观升级，研究海岛旅游开发意义重大。

（二）世界知名海岛旅游地发展模式

海岛旅游开发可以根据海岛的自然景观、区位条件、经济发展、社会文化等特点，进行不同模式的开发。根据对国际著名海岛旅游目的地开发模式的研究，本案总结其开发的成功经验，以成功案例为代表结合阳江海岛实际，将海岛旅游发展模式分为巴厘岛模式、马尔代夫模式、夏威夷群岛模式三大类型，为阳江海岛旅游发展提供指导和借鉴。

1. 巴厘岛模式——浓郁的本土文化气息

高标准规划：自 20 世纪 70 年代旅游业发展之初巴厘省政府就聘请欧美专家进行了长达 30 年的旅游发展规划，在后期的规划实施过程中亦不断根据实际进行调整和修改。由于严格地按照规划进行旅游开发，巴厘岛没有出现旅游开发一哄而上的情况。

传统与现代高度结合：旅游开发在保持本地特色的同时，融入现代文化，注重现代人们的旅游需求，实现本地文化与现代文化的完美结合，保留了文化艺术村—乌布绘画中心等土著村落，同时引入希尔顿、四季饭店等国际知名饭店。

深度挖掘文化：旅游产品开发以文化内涵为中心环节，突出传统文化、民族文化、宗教文化，形成了传统的文化旅游产品体系，如芳香之旅、梦幻之旅、艺术之旅及以当地特色手工艺品为特色的购物之旅等。

加大文化营销：从建筑式样、装饰壁画到精美的旅游宣传册和热情洋溢的旅游咨询人员，无时无刻都让人体会到浓郁的巴厘岛文化气息。同时巴厘政府通过电视、广告和网络对巴厘岛的人文和自然风光进行宣传，向人们展示巴厘岛的独特风格和迷人文化。

2. 马尔代夫模式——一岛一主题，一岛一酒店

整岛出让，差异开发：始终采取“四个一”的模式，即：一座海岛及周边海域只允许一个投资开发公司租赁使用；一座海岛只建设一个酒店（或度假村）；一座海岛突出一种建筑风格和内涵；一座海岛配套一系列功能齐备的休闲娱乐及后勤服务等设施，形成一个独立、封闭、完整的度假区。

海岛开发，规划先行：重视海岛规划，从海岛开发之初至今，已制定了三个十年海岛开发计划，目前正在实施第二个海岛十年开发计划，对每一个待开发的海岛都会委托国际著名的规划公司对海岛的开发进行规划设计，经过严格论证后，再报国家批准建设。在建设过程中，对原有制定的规划严格执行。

环保意识，无处不在：无论是政府官员还是普通民众都具有强烈的环保意识，与此同时马尔代夫政府对投资经营者和游客也相应提出了环境保护方面的要求，在海岛开发、环境承载力上都要服从环境保护。海岛开发采用“三低一高”原则，即：低层建筑、低密度开发、低容量利用、高绿化率。

3. 夏威夷群岛模式——企业开发，政府限制管理；整岛出让，差异发展；注重环保意识

基础设施先行：为了旅游开发，夏威夷建立了庞大而先进的基础设施，高速公路四通八达，到四邻岛屿都可以乘小飞机前往，但是价格却不贵，公共汽车、

快艇、游船方便快捷，邮电通讯设施高度发达，良好的基础设施建设为夏威夷发展旅游奠定了非常好的基础。

旅游服务一流：政府管理部门高度重视旅游服务，调查显示，80%的游客认为夏威夷的旅游服务是优异的或超过其他地方的，重游率高。同时，夏威夷每年拨出巨额资金进行旅游促销，在全世界各地进行市场调查和市场推销。

强调独特文化：文化是旅游目的地的灵魂。在夏威夷处处洋溢着一种独有的文化氛围，既是东西方文化的融合，也是传统文明和现代文明的汇集。夏威夷岛多种族裔、多种文化的居民为此地创造出令人着迷多重面貌之艺术、文化、食物、庆典及历史。

（三） 阳江海岛资源综述

马尾岛位于海陵岛西南方，是半封闭海岛，总面积 2.25 平方公里，最高峰马尾山 147 米，水深适度、海底平缓、沙质优良，适合老人儿童玩乐。岛上森林植被丰富。

南鹏列岛由大镬岛、二镬岛、南鹏岛组成。大镬岛东北距东平镇 14 公里，西距海陵岛 10 公里。南鹏岛位于阳东东平镇南海 12 海里，岛上海拔最高点是 191.5 米的航海灯塔。自然生态环境极好，是理想的扎营地点。

双山岛位于溪头镇马村。海滩辽阔绵长，沙质柔软，沿海边的防护林郁郁葱葱，岸边怪石嶙峋。双山海布满千姿百态的礁石，生长各种名贵鱼类、贝类，是海胆、龙虾增养殖保护区。

大树岛位于阳西县境内万山群岛中部，面积 6.23 平方公里，环境幽雅，空气清新，海水湛蓝，岩岸石奇，树木茂盛，岛上沙滩沙质细幼。

三山岛位于海陵岛十里银滩对面，岛上乱石嶙峋，三面环山，海岸发育优质沙滩，海滨发育有泻湖，沿岸生长着大片的红树林，风景结构和生态环境极佳。

青洲岛位于阳西县沙扒湾对面。林木、杂草茂密、四季常青。岛周围生态保存良好，海水清澈、海产丰富。岛上景点主要有“青洲渔火”、“神泉叠翠”、“牛鼻观涛”、“古台仙踪”等。

表 17-5 阳江海岛资源一览表

序号	岛屿名称	沙滩名称	位置	滩长（公里）	宽度（m）	坡度（°）	砂质	水质	风浪	景观特点
1	马尾岛	马尾岛	闸坡西南	1.25	30-600	1	特优	优	平静	金黄沙滩，滩阔水浅，山峦环抱，风平浪静，可观夕照
2	三山岛	三山岛	雪流湾外	0.4	60-120	2-4	优	特优	较平静	海阔滩平，世外桃源
3	双山岛	青湾南	青湾之南侧	0.4	50-100	2-4	特优	特优	较大	——
4	大树岛	大树岛	后滩南面	0.3	50-120	2-4	优	优	较平静	海阔滩平，世外桃源
5	青洲岛	青洲岛	沙扒南面海中	0.3	50-120	2-4	优	特优	较平静	海阔滩平，世外桃源
6	南鹏列岛	南鹏岛	南鹏列岛南段	0.3	30-80	2-4	优	特优	中等	——
		大镬岛	南鹏列岛北段	0.6	30-80	2-4	优	特优	中等	——
		二镬岛	南鹏列岛中段	0.3	30-80	2-4	优	优	中等	——

（四）海岛休闲旅游开发策略

1. 开发思路

（1）公开拍卖、租赁

按照一座海岛及周边海域只允许一个投资开发公司租赁使用原则，将岛屿拍卖、租赁给民间个人企业，吸收社会与民间资本，用来解决岛屿旅游开发中经济基础薄弱的问题。海岛的所有权仍然归政府所有，由政府对岛屿实施严格的管理，审批岛屿开发的规划，确保海洋、岛屿生态旅游资源不会因过度开发而受到损害。

（2）规划先行

开发商要以保护为主、科学规划、适度开发为原则，制定科学合理的海岛旅游发展规划，规划要突出海岛特色，同时注重维持生态环境平衡、保护周边海域、保持海岛原貌，并将岛屿开发规划上报相关部门审批。

（3）重视生态环境

为了岛屿旅游业的持续发展，海岛开发采用“三低一高”的原则，即低层建筑、低密度开发、低容量利用、高绿化率。加强对生态保护的宣传，使得从政府官员到游客、民众都树立强烈的环保意识，针对每个岛屿制定严格的、详细的环境控制措施。

（4）差异化开发

针对各岛屿的不同资源特色，深入挖掘当地海洋文化、民风民俗，将其融入到海岛开发中，差异化打造一批特色岛屿旅游产品，为每个岛屿确立不同的主题定位，增强海岛吸引力。

（5）基础设施先行发展

坚持基础设施先行发展的策略，强化当地旅游公共服务体系，首先应解决海岛的供水、供电通信等基础设施建设问题，同时加强岛屿外部的交通联系，通过

快艇、游船、游艇等交通设施，构建连接外部的交通网络，为岛屿的旅游发展奠定基础。

2. 合理规划

（1）海岛旅游开发与海洋环境保护的关系

目前我国经济发达地区多位于沿海地带，这些发达地区的近海海域污染程度不容忽视，某种程度上影响了海洋旅游质量和旅游吸引度。为了避免由于方式不当或过度开发造成海岛资源的破坏和周围海域的环境恶化，必须认真贯彻可持续发展目标，处理好旅游开发与生态环境保护的关系，条件较好的岛屿先开发，条件不成熟的岛屿要采取切实措施保护好。另外，要通过优化生产结构，选择与可持续发展原则相适应的旅游活动来强化海岛的生态环境保护。

（2）海岛旅游开发与渔农村社区建设的关系

渔农村社区是开展海洋旅游的细胞，是旅游业发展的有效载体。海岛旅游发展应当充分利用渔农村社区这一平台，将旅游业的发展与创建海岛渔农村和谐社区和社会主义新型渔农村建设相结合，与渔农村基础设施建设、水产养殖加工、休闲娱乐、餐饮，以及渔民转产转业等相结合。通过要创新经营机制，采用渔村经济聚合型、企业拉动型（如公司+渔农户、企业+社区+渔农户等形式）、海洋生态经济型等结构形式来发展旅游业，推动海岛地区城乡经济的统筹发展。这实际上就是旅游景区与社区之前的建设与管理命题。

（3）特色品牌打造与区域旅游协作的关系

一是借鉴国外海岛旅游开发的成功经验，按照“一岛一特色”模式，充分发挥我国众多不同地域不同种类的海岛的特色旅游资源优势，推出一批人无我有、人有我精的海洋休闲度假旅游精品。二是推进旅游陆海联动战略，把海洋资源优势 and 陆域旅游的综合优势、海岛旅游开发的后发优势与陆域旅游的先发优势有机结合起来，以陆域经济支撑和促进海洋经济发展。三是坚持区域旅游合作理念，既要注意利用各岛屿自身的资源优势来打造各自的特色品牌，又要全面认识全市的海岛资源整体特色，充分考虑到与岛屿周边旅游地的衔接，按照特色互补、风

味兼顾、项目搭配合理等原则，以联合和协作来构筑区域合理互补的海洋旅游产品体系。

（五）六大重点岛屿发展方向

1. 青洲岛

（1）发展定位

依托海岛的独特生态环境，注重渔业的发展，以户外野营为主题，将青洲岛打造成集海上运动、休闲潜水、渔家乐、生态野营等功能于一体的国内知名旅游基地。

（2）发展思路

由于青洲岛周围风平浪静，海产资源丰富，是浅海作业的理想场所，所以日黑时分，沙扒镇上的渔民们可开着照鱼小艇云集到岛的周围“照火”作业，特别是七、八月的鱿鱼渔汛期，停泊在青洲岛周围作业的“照火”船排满了整条海平线，闪烁的渔灯亲吻着晴空繁星，构成独特的“青州渔火”美景。

（3）亮点项目

【潜水培训基地】 围绕阳江滨海旅游深海区域，着力打造休闲潜水系列产品。分海域设置不同等级的潜水活动，以专业潜水+休闲潜水相结合的方式，开展潜水活动，满足专业人士及普通大众的需求。同时，开展“一对一”潜水教学课程，为大众游客提供探索海洋的平台。

【渔家乐】 以“住渔家屋、吃渔家饭、干渔家活、坐渔家船、享渔家乐”为主题，以海岛原生态为卖点，规划建设渔家乐度假村；策划海岛观日出、渔事体验、沙滩运动、水上运动、青洲岛岛观光、沙滩篝火晚会等旅游项目。

【滨海运动基地】 依托区域海上运动产业基础，打造滨海运动聚集区；以国家沙滩排球及阳江市帆板队训练基地为基础，开发专项产品，为各类滨海运动队提供专业食宿服务；以专业运动员之旅大力发展大众滨海运动产品，做大做强滨海运动产业。

2. 大树岛

（1）发展定位

高度重视生态环境的保护,规划建设海洋生态旅游岛屿,打造集生态观光、低空飞行和科普教育于一体的旅游胜地。

（2）发展现状

岛上沙滩沙质细幼,金黄色的沙滩配蔚蓝洁净的海水和岸边高大的椰树,从岸边往海中心走 50 米海水都还未齐腰。有“小海南岛”盛誉。大树岛是个现代世外桃源,大树岛——一个孤岛却有两种完全不同的风景:一面风平浪静,波澜不惊,有椰影婆娑,还有轻软的细沙亲吻你的脚尖。另一面却是悬崖峭壁,怪石磷峋,惊涛骇浪卷起千堆雪。最靠近大树岛的内陆——河北度假村,坐快艇大概 5 分钟的时间可以到达大树岛,登陆小岛,首先看到的是一大片椰林,里面挂着十几张吊床,供来客使用。比较安全而且平整。

（3）亮点项目

【木屋别墅】创造隐居的环境,内部设施齐全,自然纯朴,为游客提供一个远离钢筋混泥土的自然世界,充分感受低碳生活。

【低空飞行俱乐部】重点建设热气球活动中心、拖曳伞活动中心、滑翔伞活动中心、动力伞活动中心等多种滨海低空运动场。

【生态教育径】以大树岛的植物加上引进的热带植物为主题建成生态教育径,打造集游览观光、科普教育、人文景观为一体的生态教育径,向公众特别是青少年普及植物学、生态学知识以及进行爱国主义教育提供的场所。

3. 双山岛

（1）发展定位

严格控制整体景观环境,采用低层建筑、低密度开发、低容量利用和高绿化率的原则,打造私人顶级海岛休闲度假区。

（2）发展思路

双山岛，海滩辽阔绵长，沙环长达 19 公里，水清沙白，沙质柔软，海浪适中，水深适度。广东省海洋与水产厅可在此设立全省人工鱼礁，既可洗浴，又可潜水观奇，钓鱼捉贝，其乐无穷。岛上有长约 4 公里的沿海花岗岩带，可设艺术部落，供游客观赏游玩。依托弧度优美的沙滩，边进行海水 SPA 边听海水低吟，让大自然的美妙音乐萦绕脑海。以海湾边的各种名贵鱼类、贝类为基底，依托海滩边停泊的渔船，打造海上人家。

（3）亮点项目

【海水 SPA 会所】提供海水 SPA 等康体养生项目，让游客在此享受全身心的放松，彻底卸下繁复的工作包袱及生活压力。

【独立度假屋】建设低层独立度假屋，为高端客户提供住宿服务。建筑采用吊脚型接地方式，建筑一部分直接与山体地表发生接触，一部分与山体地表脱开，平面布局可以不受地形限制，变化自由，建筑与自然环境相互穿插，更加融洽，打造私密空间。

【海上人家】依托双山岛海湾丰富的海鲜资源，以渔船为载体，打造移动的海上特色餐厅，以阳江的特色海鲜美食为主题，配套船上酒吧、船上咖啡厅等小型休闲餐厅。将阳江特色餐饮带到游船上，开发海上餐饮旅游产品，让游客在体验海上风光的同时也能尽享饕餮美食。

4. 马尾岛

（1）发展定位

以山青水静，岸线曲折和地貌景观丰富为突出特点和西侧平静的海面、优雅的环境为基底。规划建设为高端旅游度假岛屿，集度假、观光和海上运动于一体的旅游胜地。

（2）发展思路

马尾岛不同的地形特点使得该岛景观变化较大，为营造使游客充分领略一个完整的休闲度假体验，该区功能规划设计为“三区一廊”。

山坡别墅区：依山势修建小型别墅、山间木屋、高星级酒店区域、植物生态园等。

水上游乐区：分为岸上水主题公园、海上游艇俱乐部、沙滩活动区等，另外在洲仔、大洲两处可设探险攀岩等体育活动区。

山顶观光游览区：在山顶设观光平台，购物商店、风情酒吧区等。

旅游文化走廊：修造旅游专用道，并在山口及沿途以雕塑、浮雕、特色走廊等多种艺术形式营造旅游文化氛围，开辟宣传阳江文化窗口。

（3）亮点项目

【星级主题酒店】提供齐全的游艇航海服务，同时揉合观光、会务、休闲等功能特性，能最大限度满足游艇爱好者的需求。配备航海大厅、泳池酒吧的室外泳池、健身中心、儿童俱乐部、顶级 SPA 及顶级奢侈品陈列馆。

【海上运动俱乐部】依托潜水基地、海上运动中心，快艇、摩托艇、游艇等各种相关资源，设置各种能满足游客参与、学习体验各类海上运动项目，如冲浪、海上独木舟、快艇、拖伞等。定期举办表演性和参与性的海上运动赛事活动，不断拓宽客源市场。

【山顶观景台】在山顶设观光平台，以亭的形式呈现，在观景台上远眺海洋，欣赏日出东方的美丽海景。

5. 三山岛

（1）发展定位

规划将三山岛建设成一个拥有五星级度假酒店、主题别墅以及游艇休闲、康体娱乐、商业会议等功能，面向珠三角地区高端消费群体，具有国际水准的滨海旅游度假区。

（2）发展思路

坚持高标准、高档次开发理念，在尊重自然，强调生态的基础上，建筑依山就势、错落有致，只是自然风景的点缀，让自然与建筑取得最完美的协调，将其建设成为一处交通便捷、环境优美、设施完善、生态环保的高档旅游度假胜地。

三山岛近海周围大约有 3 平方公里的珊瑚礁海域，规划建设为海洋自然保护区，恢复部分本土的植物和动物种类。三山岛西北海岸设置一条木栈道，建设游艇码头，沿岸布置木栈道，设置游客服务中心。

（3）亮点项目

【国际游艇俱乐部】利用三山岛作为天然屏障，辅以防波堤，在此区域将形成一个天然港湾，开发游艇码头，打造国际游艇俱乐部。以一种高尚的国际化休闲旅游方式，优化滨海旅游产业结构，呈现显著的综合经济效应，主要面向国内外高端消费群体。

【海岸世界主题酒店】以与海有关的元素作为装饰元素，建设集商务、会议、饮食、娱乐、休闲为一体的海岸世界主题酒店。

【沙滩餐厅】利用三山岛优质的银色沙滩，建设别具创意的沙滩餐厅，创新游客的餐饮体验。

【湿地公园】在天然海港后方，背靠草王山、拥有全岛最大的泻湖。沿岸生长着大片的红树林，适合开发为红树林湿地公园。

6. 南鹏列岛

（1）发展定位

依托海岛的独特生态环境，以户外野营为主题，将南鹏列岛打造成集海上运动、海底观光、休闲度假、洞穴探险、生态考察、生态野营等功能于一体的国内知名生态旅游基地。

（2）发展思路

建成由现代海洋牧场、现代渔业产业园区和海洋旅游休闲园区组成的南鹏列岛现代海洋与渔业经济园区。一是现代海洋牧场，进行海域生态环境修复、海生动物增养殖、构筑海生生物圈、鱼虾类增殖轮流等；二是海洋旅游休闲区，包括修复南鹏列岛旅游休闲资源、建设海洋旅游休闲园区、建立旅游综合服务中心；三是克服交通和区位优势，考虑开辟东平镇-南鹏列岛两日游旅游专线，将南鹏列岛中的各个岛屿串联起来，资源互补，达到区域联动的效果；四是加大基础设

施建设，解决岛屿水、电、通讯、交通设施等硬件问题。再者，基于生态岛屿保护原则，建设小生态型服务体验设施。

（3）亮点项目

【海洋牧场】在鹏头北部海域内，采用一整套规模化的渔业设施和系统化的管理体制，利用自然的海洋生态环境，将人工放流的经济海洋生物聚集起来，进行有计划有目的的海上放养鱼、虾、贝类的大型人工渔场。

【洞穴探险】充分利用已有的洞穴坑道，加以整治和修复，按照因地制宜原则，依照不同的环境特征，地貌景观差异，开辟新颖、刺激、充满神秘感、互动参与性强的洞穴坑道探险活动。

【户外野营基地】利用区域滨海生态资源，建设休闲海岛营地聚集区，打造成为阳江滨海旅游户外野营中心之一。完善营地的服务配套，划分滨水、野营、森林三大主题片区，满足以南鹏列岛生态旅游为主的不同市场需求。

【船钓基地】船钓基地周边水域范围内禁止渔船下网、下笼、电鱼等活动，为船钓发烧友提供一个舒适的船钓环境。配套船钓服务基地，重点提供游艇、钓船的租赁，船沿上装有渔竿架和手摇轮，手竿、海竿等渔具，鱼饵的出租销售等服务。

专题三：阳江发展海洋生态旅游开发专题研究

（一）发展海洋生态旅游的背景

滨海生态旅游是利用海洋环境开展的生态旅游活动，包括海上垂钓、漂流探险、潜水、冲浪、品尝海鲜、观赏自然风光和人文景观、参与海上作业以及海洋探秘等。21 世纪是海洋世纪，海洋和海岛开发是未来经济发展的大趋势，而“海”有关特色旅游项目开发也将成为 21 世纪旅游休闲业发展的新热点。阳江滨海旅游资源丰富，其发展滨海生态旅游业应以可持续发展为目标，实现滨海旅游业发展、社区发展和环境保护相结合。

（二）阳江滨海生态旅游的资源综述

1. 海岸风光

阳江沿海有着各式各样的海岸地貌。

沙滩海岸：利用平坦的沙滩，清澈的海水，可以进行沙浴、日光浴和进行帆船等各种海上娱乐活动。

淤泥海岸：退潮时在海岸的潮滩上进行各种休闲娱乐活动。如捡贝壳，看海鸟，看海上日落，泥浆浴和各种渔业观赏活动。

海蚀地貌：海水侵蚀岩石形成海蚀柱，海蚀崖等，观赏价值很高。

生物海岸：有红树林海岸和珊瑚海岸，风景绚丽，这些构成了当地丰富的旅游资源

2. 水下风光

阳江海水碧蓝透明，海底渔礁层峦，海洋生物丰富多样，鱼群、贝类、海藻、珊瑚，构成了异彩纷呈的海底世界，海底景色美不胜收，是探险者的天堂。尤其是南鹏列岛区域，海底风光优美，吸引着无数中外游客。

3. 海滨水麓

海滨地带的名山，景色秀丽，山海相连。如海陵岛上的草王山，以“山海奇观”著称，风光秀美，景色万千。

4. 海岛风光

海岛地貌，海岛生物，渔民风俗都是丰富的旅游资源，阳江主要岛屿有 40 个，岛岸线长 135.1 公里。其中，具有较高旅游开发价值的岛屿有 7 个，分别是海陵岛、马尾岛、三山岛、双山岛、大树岛、青洲岛、南鹏列岛。

5. 生物资源

在天然的环境下，有很多珍贵的动植物。例如有很多属于重点保护物种的动植物和以海藻为代表的各式各样的植物。

（三）阳江滨海生态旅游发展战略

1. 可持续发展战略

阳江地区滨海旅游业对于自然和人文旅游资源的依赖性决定了在发展中必须解决资源的可持续利用问题，要做到旅游资源保护与开发并举。对于不易破坏资源和环境的项目要大力开发建设，对于稀缺的和不可再生的资源则应以保护为主。坚持旅游资源开发与环境保护并重，实现经济效益、社会效益和生态效益的有机结合。

2. 协作一体化战略

阳江作为海洋经济试验先行区，应加大区域内滨海生态旅游资源的整合力度。依托城市与城市之间、企业与企业之间的共同协作，发挥各方旅游生产要素的比较优势，进行优势互补，并将比较优势转化为竞争优势，形成一体化战略。以提升旅游产品的市场竞争力为目标，打破行政区划界线，跨区域整合开发旅游资源和产品；实施“捆绑式”集约开发和整合提升，确保每个旅游目的地在同质性中突出各自的异质性，提升阳江国际旅游的影响力。

3. 多元化发展战略

就阳江滨海生态旅游业而言，多元化战略就是为了适应当前由大众观光游览型向多样化、个性化和参与性强的方向发展的趋势，对现有滨海旅游资源进行深层次的开发，增加活动项目品种，不断地满足旅游者的需要。

（四）阳江滨海生态旅游发展对策

1. 科学评估，精心设计，制订发展规划

阳江滨海旅游业发展的同时必然会给生态环境带来一定的影响和压力，因此可制定相应的法律法规突出对阳江滨海旅游资源的保护，正确处理保护与开发之间的关系，杜绝忽视长远环境效益的行为。加强旅游规划的管理和控制，在深入考察和反复研究的基础上科学地和实事求是地评估阳江的滨海旅游资源，选择资源丰、品味高、有特色和交通与经济条件好的地区作为滨海生态旅游基地。

2. 紧扣文化主题，挖掘文化内涵，突出特色

一个地区长期积淀的文化是其灵魂所在，因此阳江滨海旅游业的发展也要紧扣海洋文化这一主题。目前，阳江旅游圈内拥有海上丝绸之路文化、渔家文化、节庆文化、生态文化等，这些文化资源带有明显的阳江特色，蕴藏巨大的文化价值。在打造阳江滨海旅游的同时有意识地营造当地文化旅游氛围，对旅游产品的设计和开发要充分挖掘阳江的人文内涵，使旅游产品具有丰富的阳江人文特色，增强阳江滨海旅游产品的趣味性和游客的体验感，且有利于减少季节性带来的负面影响。

3. 开拓市场，重视营销，争取更多客源

阳江滨海旅游业要建立高效稳定的营销网络并树立旅游地的整体形象，从而提高其市场认知、充分激发旅游者的动机和扩大消费群体。市场开发是将阳江滨海生态旅游业建成规模产业的突破口，必须依靠市场开发带动滨海生态旅游业的整体发展。立足珠三角市场，面向全中国，利用一切促销机会并运用多种促销方法大力开展市场营销，不断扩大市场覆盖面以吸引更多的客源并获取更大的效益。

4. 建立诚信体系，坚守诚信经营

提高阳江滨海旅游经营者的文化素质并营造诚实守信的旅游经营氛围，将有助于提升阳江滨海生态旅游的吸引力和竞争力。

（五） 发展措施

1. 加强“海洋生态旅游产业”规划

21世纪是海洋世纪，海洋世纪标志着海洋将以它本身所富有的博大资源为人类做出更大贡献。世界旅游组织明确指出，旅游作为和平产业将进一步发展，海外旅游人数将由1950年的2500万人次增加到2020年的16亿人次。

在大力发展海洋旅游经济的同时，需要清楚认识到可持续发展是人类关于经济、社会、资源和环境协调发展的新战略思想。可持续发展旅游是指不损坏具有开发价值的旅游资源而进行的一种开发，在利用旅游资源的同时采用保护资源的

管理方法。阳江在海洋旅游经济发展上可以“海洋生态旅游”为战略思想进行整体规划。

- 开发与保护并重；
- 建立统一协调的领导机制；
- 加强执法和管理力度；
- 加强区域合作。

2. 加强“海洋生态旅游教育”实施

在大力发展海洋旅游经济的同时尤其注重海洋生态旅游人才的全方位培养以及“海洋生态旅游”教育计划的全民实施。

目前，中国以“海洋强国”作为国家战略，阳江在海洋经济开发与海洋权益保护上应该以“海洋生态旅游”作为制高点，以“人文交流”与“生态保护”在国内外范围内甄选合作伙伴开展以阳江为主的“全球海洋生态旅游教育”实施计划。

2014年9月16日国家主席习近平访问马尔代夫明确表示“中马两国就海洋生态资源保护与海洋旅游经济共同开发”；2014年国务院总理李克强先后与希腊、意大利、西班牙总理签署的一系列重要合作项目文件，其中很多项目涉及海洋生态旅游产业；2014年9月17日国务院副总理张高丽在中国-东盟海上丝绸之路的开启元年讲话“鼓励中国与东盟合作关系重在建设海上丝绸之路，加强海洋人文交流与海洋生态共建。”

阳江发展海洋生态旅游，一切开发以尊重保护海洋生态环境为根本，以生态为战略格局，以人文为发展导向，以智慧为技术架构，以品牌为建设目标。

实现近海与远海的联合治理与有序开发，实现陆海统筹与联动发展，以海洋养陆地，以陆地回馈海洋。

海洋生态旅游产业有序发展与海洋生态旅游教育实施将帮助阳江实现与国际社会更多有效的信息对称，在国际海洋人文交流与国际海洋生态保护上实现一个沿海城市的重要影响力。阳江在海洋生态旅游产业实施上需要建立一整套完善的人才战略实施计划，不同学科的院校加强学科互补，共建一支站在世界前沿的“海洋生态旅游”新生力军。

3. 设立产业投资基金积极推动海洋生态旅游产业健康有序快速发展

在海洋生态旅游产业发展上，阳江需要设立定向产业发展基金加大对海洋生态旅游产业投资的正向引导与重大项目投融资支持。同时也需要积极引导民间资本设立产业投资基金，积极参与到海洋生态旅游产业有序开发上。

基金的设立具有三个方面的意义：

（1）创造条件

促进全国海洋产业投资基金管理办法的完善和尽快出台，为设立一批新的海洋产业投资基金创造了条件。

（2）融资发展

促进海洋产业直接融资有重大突破。产业投资基金的增加，数量不断扩大，对改善阳江社会资金结构，提高社会资金使用效率产生重大影响。产业投资基金用于对成长型非上市公司的股权投资，并对企业加强监督，有利于促进更多有条件的企业上市或发行债券，有利于整个资本市场发展。

（3）带动经济

海洋生态旅游产业投资基金用于海陵岛和其他区域海洋经济示范地区，重点投资海洋生态旅游产业建设构成的基础设施项目上，有利于实现阳江对海陵岛的定位，促进珠三角都市圈发展，从而带动珠三角区域经济发展，更好参与经济全球化。

通过定期举办国际化高水平海洋旅游经济论坛，研究解决产业投资基金发展中的理论的制度设计，促进完善基金法规。建立健康有序的产业投资基金，阳江在海洋生态旅游产业全面建设上才能实现一个全新的突破，与国际海洋生态旅游产业尽快接轨，实现一个全新的海洋强国生态格局。

（六） 借鉴模式

● 借鉴成熟模式建立海洋生态旅游产业联盟

对于阳江市来说，积极发展海洋生态旅游经济将从根本上改善一个城市民生与城市风貌，尤其是在加强政府综合管理与服务职能、城市环境治理与生态环境保护、激活城市就业率与创业动力、城市居民素质提升、城市文化传播与民俗保留、国际文化交流与教育合作、旅游基础设施投资与产业布局、服务行业标准完善与服务水准提升、娱乐休闲消费比重增大与生活品味提升等方面都具有重要的推动作用。国际很多发达沿海城市都非常重视海洋生态旅游发展，其投资比重日益加重，海洋生态旅游产业成为国家和投资机构之间多边与双边基金项目的重要目标，这也就使得国际非政府组织注意力集中在促进海洋环境保护和提高海滨居民生活水平的项目上。

目前海洋经济已经上升到国家战略发展层面，实现海洋生态保护与发展海洋旅游经济更多需要靠一个产业联盟的建立来推动。

● 借鉴国际上成熟的发展模式

积极建立全球海洋生态旅游开发成功案例数据库；

积极建立不同海域生态旅游资源数据库；

积极建立全球海洋生态旅游人才智库；

通过向企业不断解读国家产业政策与学术研究成果发布，建立起产学研的创新构造体系；

积极建立产业联盟成员投资信息数据库；

积极建立国内外海洋生态旅游投资项目评估体系；

以非政府机构性质更多推广海洋生态与海洋人文理念，建立起与国际其他海洋生态旅游组织的交流与合作。

附件：

《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025）》

社会稳定风险评估报告

前 言

开展重大决策社会稳定风险评估，是党的十八大报告中“要加快形成源头治理、动态管理、应急处置相结合的社会管理机制”的要求，对于促进科学决策、民主决策、依法决策，预防和化解社会矛盾，构建社会主义和谐社会，具有重要意义。

根据《关于建立广东省重大事项社会稳定风险评估工作机制的意见》（粤办发[2011]3号）、《广东省发展改革委重大项目社会稳定风险评估暂行办法》（粤发改重点[2012]1095号），重大决策的社会稳定风险评估要从合法性、合理性、可行性和可控性等方面开展。《阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025）》（以下简称《规划》）涉及交通、环境、居民等多方面、多主体的利益协调，必须结合阳江市的实际情况，对《规划》实施可能带来的社会稳定风险进行评估，并提出切实可行的风险防控措施和应急预案。通过深入分析，得出社会稳定风险评估结论，形成《〈阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025）〉社会稳定风险评估报告》。

第一章 基本情况

一、项目概况

（一）项目名称

阳江市滨海旅游发展规划（2015-2025）

（二）规划背景

21 世纪是海洋世纪，党的十八大提出海洋强国战略之后，习近平总书记在 2013 年 10 月访问时提出要建设 21 世纪海上丝绸之路。广东是古代海上丝绸之路的重要起点，凭海而立、因海而兴，广东省将 21 世纪海上丝绸之路建设纳入全省构建全方位开放格局、提升国际竞争力的重要战略。而阳江从宋朝开始已是海上丝绸之路重要的中转港、补给港。建设 21 世纪海上丝绸之路，为阳江扩大对外开放、加快蓝色崛起提供了难得的历史机遇和重要平台。阳江地处广东西南沿海，地理位置优越，是广湛水陆交通的必经之地，海运可通航广州、湛江、香港、澳门等地，水陆交通十分方便。阳江海岸线漫长，海洋资源丰富。但阳江面临着旅游交通通达性差、居民参与不足、旅游开发与滨海环境保护等问题。在此巨大的发展机遇和挑战下，阳江正处在新的发展起点上，急需加快转变经济发展方式，优化旅游空间开发格局，促进产业转型升级，形成人口、经济、资源、环境相互协调的区域协调发展格局。

二、评估依据

（一）相关政策、法规及规范性文件

（1）《中共中央办公厅、国务院办公厅转发〈中央政法委员会、中央维护稳定工作领导小组关于深入推进社会矛盾化解、公共管理创新、公正廉洁执法的意见〉的通知》（中办发[2009]46 号）

（2）《国家发展改革委重大固定资产投资项目社会稳定风险评估暂行办法》（发改投资[2012]2492 号）

（3）《关于建立广东省重大事项社会稳定风险评估工作机制的建议》（粤办

发[2011]3号)

(4)《广东省发展改革委重大项目社会稳定风险评估暂行办法》(粤发改重点[2012]1095号)

(5)《中共阳江市委办公室 阳江市人民政府办公室印发〈关于建立阳江市重大事项社会稳定风险评估工作机制的意见〉》的通知(阳办发[2011]7号)

(6)《中华人民共和国城乡规划法》

(7)《中华人民共和国土地管理法》

(8)《中华人民共和国环境保护法》

(9)《中华人民共和国海域使用管理法》

(10)《中共广东省委广东省人民政府关于进一步促进粤东西北地区振兴发展的决定》(粤发[2013]9号)

(二) 相关规划

(1)《广东省海洋功能区划(2011-2020年)》

(2)《广东海洋经济综合试验区发展规划(2011-2020年)》

(3)《广东省滨海旅游发展规划(2011-2020年)》

(4)《阳江市国民经济和社会发展的“十二五”规划纲要》

(5)《阳江市环境保护和生态建设“十二五”规划》

(6)《阳江市海洋经济发展“十二五”规划》

(7)《阳江市中心城区(江城)总体规划》

(8)《阳江市旅游业发展总体规划(2007-2020年)》

(9)《阳西县旅游开发总体规划(2011-2020年)》

(10)《阳东区旅游开发总体规划(2011-2020年)》

(11)《阳江海陵岛旅游发展总体规划(2011-2020年)》

(12)《阳江滨海新区发展总体规划(2013-2030年)》

(13)《阳江滨海新区产业发展规划(2013-2030年)》

(14)《阳东区东平旅游强镇发展规划(2011-2020年)》

(15)《阳江市土地利用总体规划(2006-2020年)》

(16)《阳江高新区总体规划(2008-2020年)》

（17）《阳江高新技术产业开发区旅游发展总体规划（2013-2025年）》

（18）《阳江港总体规划》

（三）规划项目基本情况和相关资料

（1）《阳江市滨海旅游发展规划》

（2）项目风险分析材料

三、评价期限

本次评价基准年为2014年，评价期限为2015-2025年，与规划年限一致。

四、评估过程和方法

（一）评估概要

本报告系统分析了《规划》的合法性、合理性、可行性、可控性，深入分析了可能引发的社会稳定风险，并提出风险化解措施。

（二）政府各部门意见及采纳情况

《规划》（初稿）于2015年1月中下旬至2月初送各县（市、区）人民政府（管委会）、市直有关单位征求意见。合计共有8个单位提出修改意见和建议，分别是阳江市发展和改革局、阳江市国土资源局、阳江市交通运输局、阳江市环境保护局、阳江市海洋与渔业局、阳江市卫生和计划生育局、广东海上丝绸之路博物馆、海陵区旅游文体局。项目编制单位根据各部门修改意见对初稿进行修改，形成《规划》。

第二章 评估内容

一、风险识别评估

通过考察《阳江市滨海旅游发展规划》（以下称《规划》）的决策内容和程序是否符合当前国家和广东省相关法律法规及阳江市有关规定，对《规划》的合法性作出研判。

（一）决策内容符合相关法律、法规

阳江市旅游和外事侨务局经过充分论证，严格按照《中华人民共和国旅游法》、《中华人民共和国海洋环境保护法》、《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国海岛保护法》、《中华人民共和国海域使用管理法》等法律法规编制《阳江市滨海旅游发展规划》。

《规划》与相关经济社会发展，城市建设、土地利用、产业发展、环境保护、水资源保护等规划的协调性分析结果汇总如下表：

表 2-1 与相关规划协调性分析结论表

类别	相关政策、法规和规划	规划协调性
经济社会发展规划	《阳江市国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》	符合
	《阳江市江城区国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》	符合
	《海陵岛试验区国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》	符合
	《阳东区国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》	符合
	《阳西县国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》	符合
城市建设、土地利用、和产业发展规划	《阳江市土地利用总体规划（2006-2020年）》	基本符合
	《阳江市水资源综合规划（2000-2030）》	符合
	《阳江滨海新区发展总体规划（2013-2020）》	符合
	《阳江滨海新区产业发展规划（2013-2030年）》	符合
	《阳西县旅游开发总体规划（2011-2020年）》	符合
	《阳东区旅游开发总体规划（2011-2020年）》	符合
	《阳江市城市总体规划（2008-2020年）》	符合
《阳江海陵岛旅游发展总体规划（2011-2020年）》	符合	

	《阳东区东平旅游强镇发展规划（2011-2020 年）》	符合
环境保护 规划	《广东省环境保护规划概要（2006-2020 年）》	符合
	《粤西地区环境保护规划（2011-2020 年）》	符合
	《阳江市环境保护和生态建设“十二五”规划》	符合
	《阳西县环境保护和生态建设“十二五”规划》	符合
	《阳东区环境保护规划（2006-2020）》	符合
	《阳东区环境保护和生态建设“十二五”规划》	符合
海洋发展 和功能 区规划	《广东省海洋经济综合试验区发展规划（2011-2020 年）》	符合
	《广东省海洋功能区划》（2011-2020 年）	符合
	《广东省阳江市江河流域综合规划修编（2005-2030 年）》	符合
	《广东阳江海洋经济特色产业基地产业规划》	符合
	《阳江市水利发展“十二五”规划》	符合
	《广东阳江海洋经济特色产业基地产业规划》	符合
上位规划	《广东省滨海旅游发展规划（2011-2020 年）》	符合
	《阳江市旅游业发展总体规划（2007-2020 年）》	符合

（二）决策内容符合党和国家路线方针政策

2013 年 9 月和 10 月，国家主席习近平在出访中亚和东南亚国家期间，提出共建“21 世纪海上丝绸之路”的重大倡议，得到国际社会高度关注。“21 世纪海上丝绸之路”上升为国家战略。广东是古代海上丝绸之路的重要起点，凭海而立、因海而兴，发达的海洋经济、开放的经济结构、丰富的海洋文化、活跃的海洋社会，是广东参与海上丝绸之路建设的有利条件，广东有基础、有条件在 21 世纪海上丝绸之路建设中先行先试。阳江市是广东海上丝绸之路博物馆的所在地，是广东省对接海上丝绸之路建设重要的文化中心。

2013 年 7 月，广东省委、省政府召开进一步促进粤东西北地区振兴工作会议，出台了《关于进一步促进粤东西北地区振兴发展的决定》（简称《决定》），发出了“振兴东西北”的动员令。加快粤东西北发展，已经上升为全省战略。阳江应充分利用现阶段海洋发展的新机遇，充分利用海上丝绸之路文化的先导优势，通过滨海新区、临港经济带的蓝色经济建设，借力发展，全面推进阳江地区经济振兴发展。

2015年4月21日，中国（广东）自由贸易试验区挂牌仪式在广州南沙举行。中国（广东）自由贸易试验区挂牌，标志着广东自贸试验区正式启动建设。广东自贸试验区分南沙、前海蛇口、横琴三个片区，实施范围116.2平方公里。随着港珠澳大桥将于2016年建成，珠海澳门正朝同城化迈进，横琴新区金融机构数量和种类都在快速增加。广东省自贸区将以制度创新为核心，在创新行政管理体制、构建高标准投资贸易规则体系、营造国际化市场化法治化营商环境上先行先试。随着港珠澳大桥建设加速，横琴新区建设自贸区，珠海对口帮扶阳江，共同推进区域经济合作。阳江应依托借助珠海的对口帮扶，共谋海洋经济跨越发展，推动“阳江——珠海——港澳”蓝色崛起合作新格局。

在《广东省滨海旅游发展规划》中，阳江位处粤西滨海旅游板块，“海陵岛—月亮湾”是广东八大滨海旅游组团之一，在广东省滨海旅游发展格局中占据重要位置。

（三）评估小结

综上所述，《规划》符合国家、省的法律法规及有关规定，具备合法性。

二、风险估计问题

（一）交通组织

对外交通。阳江滨海地区对外交通较便利，但仅限于珠三角及广东省内，对省外地区缺少直达式交通。

对内交通。阳江滨海地区境内主干道基本通畅，但是连接主要旅游景区的交通网络尚未形成，公路级别较低，容量有限，有些路段路况欠佳，周边绿化以自然生长的灌木丛或者草丛为主，尤其是部分乡道，还出现有坑洼等情况，限制了景区可进入性，亟需规划建设。

交通配套。阳江滨海地区交通服务设施缺乏旅游配套功能，旅游交通的指示和导引标识系统不够完善和规范（如到景点的公路岔口标识没有标示）。

（二）居民管理

居民对旅游影响的感知及态度，是影响旅游业可持续发展的关键因素之一。

真正的社区参与是一个动态过程，社区居民应从旅游规划开始，到旅游开发、旅游活动的组织、旅游收益的分配，全程参与，参与形式应随着情况变化不断调整。目前，阳江当地社区居民的主动性不够，参与旅游创业的程度较低。社区参与严重不足，极大地制约了阳江旅游业建设进一步发展。

（三）滨海环境

政府对旅游发展失控，旅游开发与滨海环境保护之间的矛盾突出，由于旅游的开发，港口、码头、运动基地、滨海旅游项目的建设地开展，对滨海和海域生态环境带来了极大的负担，滨海资源开发与保护协调不够，缺少资源可持续发展计划，缺少对红树林、沙滩、海洋生态环境等脆弱的生态系统的有效的保护手段，海洋生态环境和海洋旅游产业的良性发展面临挑战。

三、风险化解措施

综上所述，阳江市滨海旅游发展规划对合法性、合理性、可行性、可控性做出了全面充分的考虑，社会稳定风险程度较低，针对存在的风险问题，提出以下几方面的化解举措。

（一）交通组织措施

1. 陆路交通

公路。加快推进海陵岛大桥、阳东至阳江港沿海高速公路、金平公路及阳江港大桥等项目规划建设。改造提升 S365 线、阳西县沙扒至丰头岛沿海快速干线、阳西县城至丰头岛一级公路、325 国道北惯至白沙段、海陵岛东部旅游公路等公路网，规划建设滨海大道，谋划沿线开发。

铁路。加快推进深茂铁路阳江段建设。近中期加快推进深茂铁路阳江段建设，高水平建设高铁枢纽站场，力争 2018 年前建成投入使用；远期规划建设深茂铁路阳江站至海陵岛轨道交通，以完善海陵岛交通运输体系；推进珠三角城际轻轨阳江段建设。积极推进珠三角城际轻轨阳江段建设，紧密与珠三角的快捷联系，进一步促进商旅发展。

站点规划。规划期内重点建设两大铁路枢纽站，分别是阳江港站（综合货运

枢纽）和阳江站（综合客运枢纽），预留发展空间。

公共交通。近期以常规公共交通为主体，完善公交网络体系。远期构建结构合理、换乘完善、可达性高、运营高效的轨道公交网络，强化轨道交通在机动交通出行中的核心作用，形成以轨道交通站点为核心的滨海城市客运交通组织，逐步实现轨道交通引领滨海城市土地集约发展，促进滨海城市交通、社会经济和环境的可持续发展。

2. 水路交通

优化港口功能布局，打造阳江港形成“一区多点”的格局。根据《阳江港总体规划》修编，预测2020年阳江港总吞吐量将达到6380万吨。阳江港包括海陵湾港区、北津港点及青湾仔港点。根据《阳江港总体规划》修编，海陵湾港区将形成三个作业区：吉树作业区、丰头作业区以及闸坡作业区。

加快港口航运建设。加快建设阳江港13、14号泊位，推进#J1-J6、#4、#5-7、#15、#16、#17、#18、#19、#20、#21、#22等码头泊位建设；加快推进阳江港10万吨级航道工程；加快建设阳江港港区铁路、疏港大道等基础设施。

建立水陆衔接的旅游码头体系。建设阳江港、寿长渡、端逢渡头、北津港点、溪头渡头、保丰、闸坡渔港、沙扒渔港、东平渔港、第一港口等各具特色的旅游码头。

3. 交通配套

规划设置必要的交通站点以及游客中心，在旅游景点和主要游客集散地以及餐饮、购物、娱乐场所对配套停车场的指示标识，为旅游者尤其是自驾车游客的出行提供方便。

（二）滨海环境保护措施

1. 加强海岸带综合管理

贯彻落实《广东省环境保护规划纲要（2006—2020年）》（粤府[2006]35号）确定的全省生态环境分区控制战略，近岸海域严格控制区（海洋自然保护区、珍稀濒危海洋生物保护区、红树林保护区等区域）内禁止设置排污口，避免开设航

道和旅游线路。规划建设海岸带时，要注意保护原始生态植被。在规划建设海岸带时保留离最高潮位线 10 米至 30 米的原始生态植被，对保留原生态植被的海岸带可以进行必要的美化。以沿海防护林、自然保护区等为重点，加大森林生态资源保护力度。

2. 保护性利用滨海资源

建立滨海旅游区的环境质量标准，控制环境容量，促进滨海旅游环境的良性循环发展。提高滨海旅游项目的策划水平，有效制止无序开发和破坏性开发。积极倡导生态旅游，调整布局，分流客源，减轻主要滨海景区的接待压力。

按照“规划先行、范围明确、专家参与、容量控制、实时监测”的原则开发利用滨海旅游资源。各旅游景区的开发应制订切实可行的开发发展规划，杜绝无规划滥开发和不按规划开发的行为；确立景区（点）的保护范围，明确各景区、度假区的保护范围，控制保护区内的开发建设活动，景区（点）外围的工程设施应与保护风景区周围的景观和谐。各景区（点）均应测算和确定旅游环境容量，作为景区（点）旅游开发和接待活动管理的参考依据。

3. 加强对游客行为的引导与管理

进一步加强对居民和游客的旅游资源保护知识的宣传，通过游客中心、景点门票、宣传册、广告短片、标识牌、导游词等对游客进行环境教育。制定相关规章制度，加强对游客旅游行为的环境管理。测量景点的环境容量，在环境敏感区严格控制游客数量与游客行为。

（三）居民管理措施

旅游发展最终目的是实现经济的发展。旅游业作为富民产业，应引导当地居民参与旅游发展，使得当地居民成为旅游开发主体而非客体，当地居民扮演的角色是当局者和主人翁。

“从农民变旅游产业工人、从农民变演员、从农民变老板、从农民变业主、从农民变市民”，通过旅游的途径，以五重转换促进农民升级，农民可以到景区、旅游企业就业，可以作为群众演员参与文化旅游演出，可以开办农家乐、提供旅游交通运输服务，还可以通过土地流转获得出租收益，亦可以结合新园区、旅游

名镇建设成为新的市民。从中既能促进当地经济发展，在当地创造公平的利益分配体系，也能增强当地居民对旅游发展的认同感。

第三章 评估结论

《阳江市滨海旅游发展规划》符合国家和省的法律法规、政策方针、社会经济发展规划及上位规划等相关规划，与当地具有良好的互适性。

《阳江市滨海旅游发展规划》可能引起的社会稳定风险因素有交通组织、生态环境、居民管理等。为预防社会稳定风险事故发生，本次评估提出了规划建设过程中风险化解措施。

经过综合评估分析，阳江市滨海旅游发展规划合法、合理、可行，社会稳定风险可控，采取风险控制措施后，从社会稳定风险角度考虑是可行的。最终确定阳江市滨海旅游发展规划社会稳定风险等级为低风险。

阳江市旅游和外事侨务局

2015年10月30日