

目 录

前 言	I
第一章 安溪县旅游业发展分析	1
第二章 指导思想与发展战略	7
第三章 旅游发展目标	9
第四章 旅游区划分与功能定位	13
第五章 景区开发规划	15
第六章 旅游服务系统规划	24
第七章 旅游形象规划	29
第八章 旅游产品开发规划	32
第九章 旅游市场开发	35
第十章 安全防灾规划	39
第十一章 规划实施的政策支持和保障措施	40
第十二章 近期行动路线	44
图 件	45

前 言

旅游业是一个跨部门、多领域的综合性产业，是国民经济的重要组成部分。随着社会经济的发展，旅游业的发展也受到政府及社会各界越来越多的关注。2009年，国务院制订并颁发了《关于加快发展旅游业的意见》，提出把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，为我国旅游业新一轮腾飞确定了方向。

安溪地处福建省东南部，位于以厦漳泉为核心的闽南金三角地区，属于沿海山区大县，承东启西，通山达海，经济发达，人文荟萃，钟灵毓秀，名胜众多。其以茶海、峡谷为特色的生态旅游资源，以清水岩、玉湖殿、城隍庙为代表的宗教旅游资源，以温泉、凤山为主的休闲旅游资源，以文庙、湖头古镇为核心的人文旅游资源，以中国茶都为代表的购物旅游资源，构成了绚丽多姿的旅游吸引系统，为安溪旅游发展奠定了良好的基础。

近年来，安溪旅游业在县委、县政府领导下，在县旅游局的业务指导下，在社会各界的共同努力下，整合发挥“居山、近海、温泉、名茶、人文、生态”优势，大步朝着旅游强县的目标稳步前进。经过多年的发展，安溪旅游发展取得了一定成绩，荣获“中国生态旅游大县”、“中国最具特色魅力旅游名县”和“中国青年喜爱的海西旅游目的地”的称号。2008年，县委县政府提出了建设以蓬莱为核心的中部旅游集中区伟大战略，从而吹响了安溪旅游大发展的号角。2010年，县委县政府又高瞻远瞩地提出了将安溪建设成为中国一流旅游目的地的发展目标，对安溪旅游发展提出了新的要求，安溪旅游面临前所未有的大好发展新时机。

长期以来，安溪人民对发展家乡旅游寄予厚望，纷纷献计献策，为安溪旅游发展营造了良好的社会大环境，也对安溪旅游业提出了更高的期望，因而安溪旅游有理由发展得更好更快，在建设中发挥更大的作用。

为实施“宜居、宜业、宜商、宜游”的发展战略，推动安溪旅游业更上一层楼，使旅游业成为安溪国民经济重要产业，成为现代服务业的支柱产业，特编制《安溪县旅游发展总体规划》，作为指导、规范全县旅游产业新一轮发展的指南与依据，以确保安溪旅游业得到科学、健康的发展，谱写安溪旅游发展的新篇章！

第一章 安溪县旅游业发展分析

一、旅游业现状扫描

近几年来，旅游业作为新兴的朝阳产业，得到了安溪县委、县政府的高度重视和社会各阶层人士的广泛认同。安溪结合本地实际，在开发旅游资源、完善旅游配套设施、挖掘旅游文化内涵、拓展旅游市场等方面做了较多工作，一批旅游项目、线路的推出吸引了一定规模的境内外旅游者，旅游业发展已初具规模。

在旅游经济总量方面，2009年，安溪全县接待游客283万人次，比上年增长9%；实现旅游收入11.17亿元，比上年增长8.5%。

在旅游景区景点方面，安溪目前拥有国家AAAA级景区1个（清水岩）、AAA级景区2个（凤山风景区、洪恩岩风景区），初步具备接待能力的景区点计21个，基本形成了以清水岩为核心的旅游吸引系统。

在旅游饭店方面，据2008年统计，安溪共有饭店15家，其中四星级饭店1家，三星级饭店2家，饭店床位数共计1597张。随着社会经济及旅游业的发展，安溪旅游饭店规模不断扩大，尤其是高星级酒店数量日渐增多，日前，在建的五星级酒店达8家之多。

在旅游交通方面，安溪交通便捷，境内外公路密布，已经融入闽南金三角快速公路网络。

在旅游购物方面，安溪利用乌龙茶铁观音发源地的优势，积极开发铁观音茶及藤铁工艺品等地方土特商品，形成了以中国茶都为代表的享誉海内外的著名商贸中心。

二、旅游业在安溪的经济地位分析

旅游业在安溪县国民经济发展中占有举足轻重的地位。近五年，安溪旅游产业综合收入逐年增加，由2005年的5.5亿元上升到2009年的11.17亿元。然而，值得引起关注的是，近几年安溪旅游业虽然获得一定发展，但其发展速度落后于GDP增长速度，也落后于第三产业的其他相关产业，旅游业对GDP及第三产业的贡献有进一步提高的空间。由图2.2、图2.3可知，在2005年至2008年期间，旅游产业收入占GDP的比重却呈递减趋势，由2005年的5.10%下降到2008年的4.30%，至2009年又略有回升；而旅游产业收入占第三产业的比重也呈逐年递减趋势，由2005年的15.44%下降到2009年的12.79%。

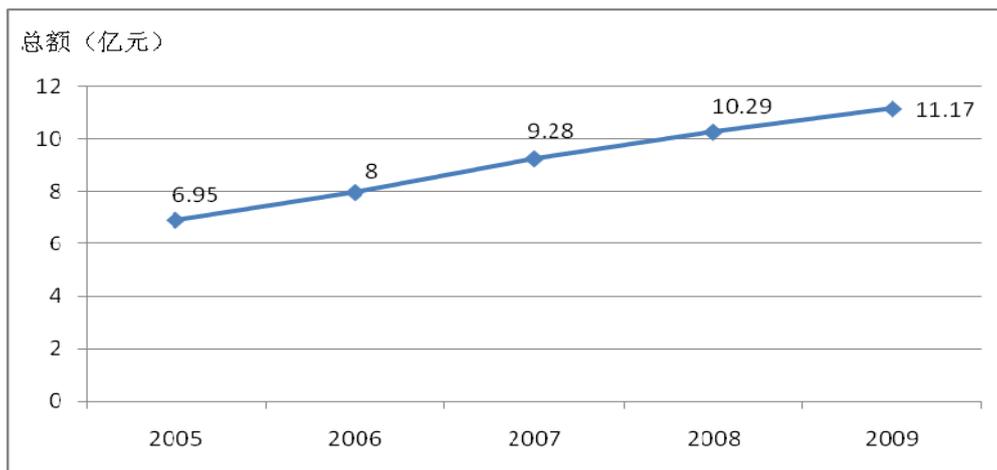


图 2.1 旅游综合收入年变化图

表 2.2 近五年安溪旅游收入及其占国内生产总值、第三产业比重

年份	旅游综合收入			国内生产总值		第三产业	
	国内 (亿元)	国际 (亿美元)	总额 (亿元)	总额 (亿元)	旅游所占 比重 (%)	总额 (亿元)	旅游所占 比重 (%)
2005	5.5	0.19	6.95	136.3	5.10	45.0	15.44
2006	6.3	0.22	8	157.9	5.07	56.1	14.26
2007	7.4	0.25	9.28	191	4.86	68.31	13.59
2008	-	-	10.29	239.15	4.30	78.97	13.03
2009	-	-	11.17	248.95	4.49	87.35	12.79

资料来源：安溪政府网、安溪旅游网、安溪县旅游局

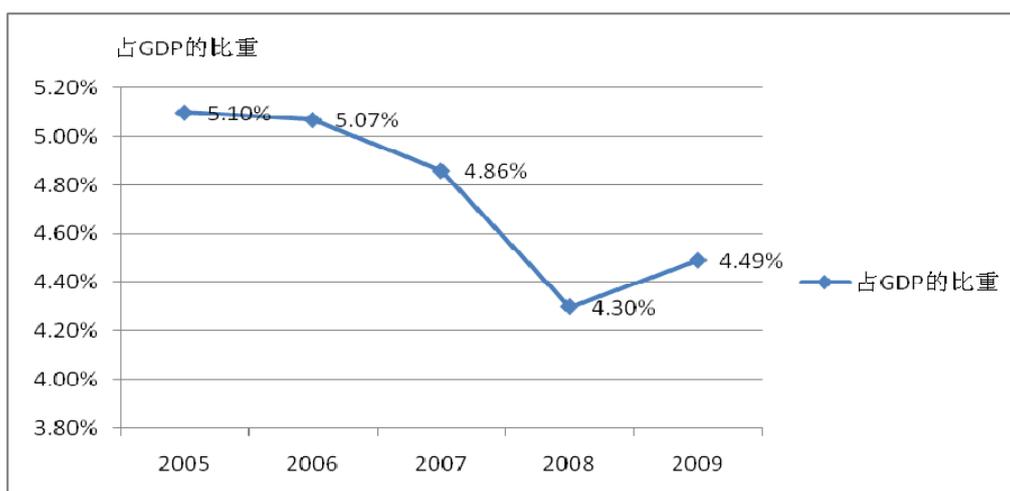


图 2.2 旅游综合收入占 GDP 比重变化图

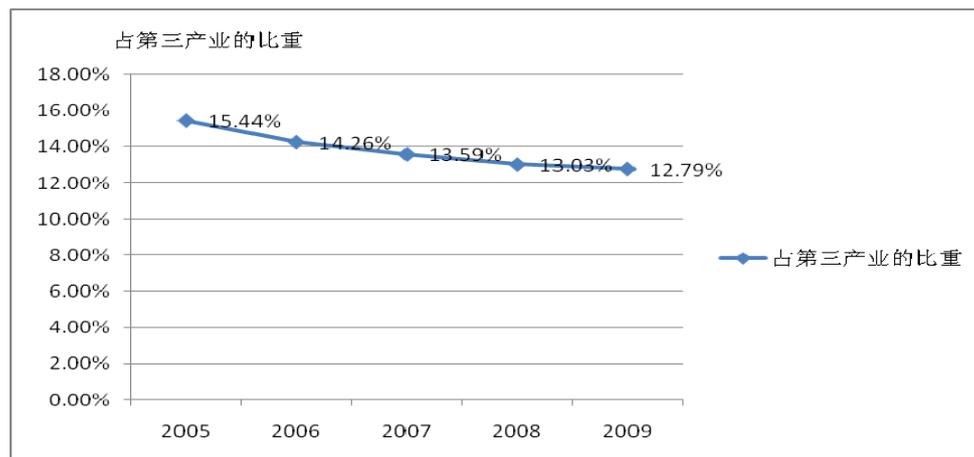


图 2.3 旅游综合收入占第三产业比重变化图

三、旅游业存在主要问题

1. 香客多于游客，游客结构不理想

安溪有诸如清水岩等一大批宗教类景区点，但是安溪诸庙作为地方神灵信仰的载体，除了少量来自于海外的香客外，国内中远程旅游者甚少，绝大多数为本地香客。香客目的很单纯，纯粹是为了祈福消灾、保佑发财，很少有烧香而派生旅游观光、娱乐消费的。游客结构的不合理，严重影响了规模旅游经济的发展。

2. 茶文化旅游开发不力，且又产生了较严重的屏蔽效应

由于茶文化旅游产品的难以表达，作为茶文化载体的茶景区、茶景点未能成功打造，影响了茶文化旅游的效能发挥。茶文化旅游属于专项旅游产品，潜在客源市场有限，加上全县各地都做茶文化旅游，过多的低质茶文化旅游项目，稀释了茶文化旅游的核心价值，且产生了较严重的屏蔽效应，影响了安溪旅游产业的发展壮大。

3. 旅游产业化水平不高，产业要素发育不成熟

从整体上看，安溪旅游产业化的水平不高，重量级景区数量偏少，大多数景区处于粗放型经营状态，旅游商品除茶叶外，处于规模产业生产的很少。旅游服务设施，尤其是旅游交通不能适应现代旅游发展需要，成为制约旅游业发展的瓶颈之一。

4. 景区旅游配套设施落后，服务水平不高

景区相关的旅游配套设施不完善，甚至严重缺乏，不能满足现代旅游者的生活与游览需要。同时，景区点的服务质量也不高，工作人员旅游服务意识差，不能提供较高水平的旅游服务。

5. 政府职能部门统筹管理能力不强

安溪县旅游局属于小口径政府职能机构，其有限的职权范围难以从事对全县旅游服务资源的有效统筹与协调。

6. 缺少旅游专业人才

从安溪目前的旅游人力资源来看，令人不容乐观，一是旅游从业人员中受过旅游高等教育的人员极少，二是旅游从业人员接受过专业培训的比例不高。

三、安溪加快旅游发展的优势与机遇分析

(一) 优势

1. 政治优势

安溪县委、县政府领导立足县情和经济社会发展态势，多次召开旅游工作会议，谋划和指导旅游发展，并提出了建设国家一流旅游目的地的重大发展战略构想。政治的优势必将转化为政策的优势，从而为安溪旅游发展创造优良的环境。

2. 资源优势

安溪宗教朝圣、茶文化、生态方面的资源优势突出。经规划组实地调查可知，安溪三级以上的优良级资源有 25 个，占所调查的旅游资源总数的 40.98%。尤其是清水岩风景区、云中山自然保护区、茶海明珠、城隍庙、中国茶都、文庙、湖头古镇、铁观音发源地（魏说）、紫云山等皆因其所具有的特色而列入优良级资源之列，它们构成了安溪旅游的主要吸引系统。

表 1.1 安溪主要旅游资源评分汇总表

序号	等级	资源名称	得分	序号	等级	资源名称	得分
1	五级	清水岩	91	31	二 级	泰山岩	53
2	四 级	云中山自然保护区	84	32		铜锣庙	52
3		茶海明珠	84	33		晋江源	52
4		城隍庙	83	34		骑虎岩（佛手茶发源地）	50
5		中国茶都	80	35		聚斯楼	50
6		文庙	79	36		太王陵	48
7		湖头古镇	76	37		崇德书院	48
8		玉湖殿	75	38		威镇庙	45
9		铁观音发源地（魏说）	74	39		安溪中心县委旧址	45
10	百丈瀑布	73	40	大仑山寨		44	
11	紫云山	73	41	村内水库	43		

12	三 级	洪恩岩	72	42	一 级	吾岩山南少林遗址	43
13		鼓顶温泉	71	43		灵惠庙	43
14		蓬莱温泉	69	44		莆宗楼	42
15		上汤温泉	69	45		小上海	41
16		安溪铁观音集团	68	46		玉树楼	41
17		白头格古民居群	67	47		亿岁松化石	40
18		一品茶都	66	48		大龙湖	39
19		汤内坂温泉	64	49		莫耶故居	38
20		船岭茶海	64	50		水美宫	37
21		八马集团	63	51		槐植茶夜市	35
22		国公山	62	52		安南永德苏维埃政府	33
23		凤山风景区	62	53		桃舟古街	33
24		犀山	60	54		幸美茶果观光园	31
25		铁观音发源地（王说）	60	55		宝云殿	30
26		无 级	志闽生态旅游园	58		56	石狮岩
27	魏荫名茶庄		57	57	尤俊农耕文化园	28	
28	清风洞		56	58	九峰岩	27	
29	阆苑岩		56	59	安山庙	26	
30	护国岩		54	60	普陀庙	24	

3. 品牌优势

铁观音品牌：早在1982年安溪铁观音就被评为全国名茶，1986年被评为世界十大名茶，2004年安溪铁观音产品地理标志保护获得国家质监总局批准。铁观音对于安溪旅游发展来说，具有非同一般的品牌意义。

清水祖师品牌：清水祖师的信徒众多，在台湾的清水祖师分炉达300多座。清水祖师信仰在东南亚各国也广泛传播，在新加坡、马来西亚、缅甸、印度尼西亚、泰国等国都有清水祖师公庙宇，因而具有一定的国际影响力。

保生大帝品牌：保生大帝是传说中保佑健康平安的医神，在海峡两岸及全球华人中拥有众多的信众，仅台湾就有数百座保生大帝庙宇，近两千万信众。在台湾地区有相当的影响力。

李光地文化品牌：李光地，福建安溪湖头人。清康熙九年登进士第五名，官至直隶巡抚、吏部尚书、文渊阁大学士，是清朝杰出的政治家、思想家。同时代的学者尊称他为“安溪先生”，或“安溪李相国”，逝后赠太子太傅，被雍正帝褒为“一代之完人”。李光地文化在

海峡两岸及东南亚华人社会中有着广泛影响，可作为安溪旅游发展的品牌之一。

4. 客源优势

除本地居民之外，安溪地处经济发达的厦漳泉地区，拥有充裕的近程客源市场。同时，安溪有发达的海外客源基础，现居住在台湾的安溪籍后裔达 200 多万人，安溪又是全国著名的侨乡，旅居海外的安溪籍华人华侨 100 多万人。深厚的乡情、亲情是侨胞经常回乡旅游的重要诱因，因而安溪具有较丰裕的海外旅游客源。

5. 经济优势

安溪经济发达，为全国县域经济基本竞争力百强县，福建省经济实力十强县。2009 年全县实现生产总值 248.95 亿元，财政总收入 15.79 亿元，一般预算收入 8.72 亿元。强大的经济实力，可为旅游发展提供财政上的保障与支持。

（三）机遇

1. 旅游产业持续高速增长的机遇

近几年，全球旅游业处于持续发展的高速增长期，我国的旅游产业也得到了突飞猛进的发展，旅游业已经成为国民经济产业结构体系中的重要组成部分。全国旅游业的持续快速发展，自然也为安溪旅游产业发展与提升提供了难得的机遇。

2. 产业结构升级的机遇

安溪三次产业结构为 8.0:57.7:34.3，这与发达地区或国家的三次产业结构相比，还有很大的调整空间。旅游产业在第三产业中占有举足轻重的地位，为了促进三次产业结构的优化，就必须发展旅游业，因而三次产业结构调整为安溪发展旅游提供了广阔的发展机遇。

3. 黄金周改革的机遇

黄金周的改革将在很大程度上改变我国公民的出游方式，使得部分中远程距离旅游改变为近程旅游、本地旅游，这对于近程旅游客源充裕的安溪来说，无疑带来较大的旅游商机。

4. 交通大发展的机遇

除泉三高速公路外，规划未来几年还将有 5 条高速公路途经安溪，并在安溪境内设置有 10 个出入口，如此，安溪通达长三角、珠三角和华中地区的时间大大缩短，旅游可进入性大大加强。同时，安溪内部交通体系也在不断改善中：省道 206、308 线城区安溪路段改造建设已全面竣工，城西大桥、南门大桥拓宽改造工程完成通车；剑斗至感德、省道安溪至龙门、湖头经剑斗至横口、尚卿至祥华等拓宽改造工程全面实施；农村客运站场建设正在分步实施中。安溪交通大发展为旅游业更好更快发展提供良好的交通保障。

第二章 指导思想与发展战略

一、指导思想

以科学发展观为指导，立足泉州市建设“国家历史文化名城、海峡西岸经济区中心城市之一、现代化工贸港口城市”和安溪建设“宜居、宜业、宜商、宜游的现代山水茶都”的战略目标，紧紧抓住海峡旅游上升为国家发展战略、旅游交通条件极大改善、国民休闲旅游蓬勃发展的重大机遇，坚持精品品牌战略，发挥“居山、近海、名茶、温泉、人文、生态”优势，大力发展旅游服务设施建设，注重旅游业态的融合拓展和深度开掘，积极构建以“茶文化旅游”、“温泉度假游”为特色的旅游产品体系，全面提升安溪旅游的综合竞争力，逐步将资源优势转化为市场优势和产业优势，使安溪建成全国一流的茶文化休闲体验旅游目的地，成为福建建设旅游强省和“我国重要的自然和文化旅游中心”的中坚力量，成为福建省乃至全国的和谐发展典范。

二、发展战略

安溪县旅游发展应突出以下七大战略。

1. 政府主导战略

按照旅游业自身的特点，在以市场为主配置资源的基础上，充分发挥政府的主导作用。政府主导作用体现在两个方面，一是通过法规和政策手段对内加强服务和协调；二是通过加大宣传促销力度，对外树立安溪整体旅游形象，创造安溪整体旅游品牌。

2. 错位发展战略

安溪旅游发展要创新理念，创新产品，从自身的区位条件、资源特色出发，充分挖掘利用特色旅游资源，重点开发茶文化游、宗教朝圣游、温泉度假游、山水生态游等旅游产品，打造自己的核心竞争力，与周边地区形成错位发展。

3. 联动发展战略

主要是实现三个层面的联合互动：一是景区联合——主要指安溪境内所有景区的联动，各个旅游景区通过各种方式，相互推介县域内的其它景区，形成1+1>2的营销合力；二是行业联合——即打破行业壁垒，协调各方利益关系，做到旅游业和工业、农业、商业、交通、文体、教育、民宗等部门行业的联合，形成相互支持、相互促进、共同发展的大环境；三是

区域联动——主动融入厦、泉、漳、龙旅游联盟体，加强南与珠三角、北与长三角旅游圈的对接，实现跨区域、跨地域的资源重合、产品组合，构筑资源共享、市场互动的旅游发展新格局。

4. 精品品牌战略

安溪县在新一轮的旅游发展中，应高举精品品牌大旗，多出精品，多创品牌。在做优做精清水岩朝圣游、铁观音探源游品牌的基础上，抓住全面推进海峡西岸经济区建设的机遇，培育茶海观光、温泉度假、山水休闲等新旅游品牌，构成品牌系列，形成旅游整体竞争优势。

5. 双轮驱动战略

针对安溪旅游业与城镇发展需要，实施“特色文化驱动”和“城镇化发展驱动”的双轮驱动战略。特色文化驱动要深入挖掘茶文化、宗教文化、名人文化、建筑文化及饮食文化的旅游价值，使之成为安溪旅游发展的吸引内核；城镇化发展驱动指安溪旅游发展要紧抓安溪大县城建设的机遇，促进旅游发展与城镇建设紧密结合，通过大县城的城镇化建设，完善基础设施，增加城市服务功能，优化旅游大环境，由此带动安溪旅游发展的升级换代。

6. 产业集群战略

安溪旅游业实施产业集群战略重点应在两个方面进行拓展：一是增强旅游服务设施的集聚度，即增强旅游饭店、餐饮、娱乐等旅游接待设施的集聚；二是延伸旅游产业的价值链，大力发展与旅游产业价值链相关的信息服务、文化、教育、会展、中介服务等现代服务业，进一步促进旅游业与之结合，释放这些相关行业的资源优势，形成新的旅游产品，做大旅游产业集群。

7. 环境优化战略

实施环境优化战略就是要进一步优化安溪旅游发展的生态环境、人文环境、服务环境和法制环境，营造安溪旅游大发展的优质氛围。

第三章 旅游发展目标

一、总体目标

从大旅游视野出发，跳出旅游做旅游，积极发展文化旅游、商务旅游、产业旅游；跳出安溪做旅游，将安溪置身闽南金三角旅游圈；跳出产业做旅游，强调旅游的社会功能、文化功能、生态保护功能，使旅游业成为助推安溪发展的一项富民工程、强县工程、名县工程。为此，安溪旅游业发展的总目标是：

围绕安溪建设“宜居宜业宜商宜游”现代山水茶都的目标，抓住安溪产业结构大调整、安溪大县城建设机遇，以“开发大项目、完善大环境、建设大市场”为思路，通过对以铁观音、清水岩、温泉为内核的安溪旅游目的地体系建设，打造“茶乡游”、“温泉度假游”品牌，增强“朝圣游”魅力，展现“山水生态游”特质，形成旅游形象鲜明、产业结构优化、服务质量上乘、综合效益明显的旅游大产业，使安溪成为：

- 世界铁观音茶文化旅游名区；
- 海西宗教朝圣胜地；
- 中国温泉度假名城；
- 中国旅游经济强县。

二、细分目标

1. 旅游经济目标

到2015年，安溪旅游接待总人数475万人次，年均增长9%；旅游经济总收入28.6亿元，年均增长16%；

到2020年，安溪旅游接待总人数1000万人次，年均增长14%；旅游经济总收入65.0亿元，年均增长18%；

到2030年，安溪旅游接待总人数1630万人次，年均增长5%；旅游经济总收入为127.8亿元，年均增长7%。

表 3.1 安溪旅游发展主要指标

指 标	2015 年	2020 年	2030 年
旅游总人数 (万人次)	475	1000	1630
旅游总收入 (亿元)	28.6	65.0	127.8
旅游产业增加值占全县 GDP 比例	6%	8%	10%
人均旅游消费 (元)	600	650	785
市民出游率	60%	80%	110%

2. 旅游产业地位目标

近期成为安溪国民经济的重要产业；

中远期成为安溪国民经济的支柱产业。

3. 旅游要素与品牌目标

——要素目标

组建 1 家综合性的旅游投融资开发企业；形成 5 个以上国家级旅游景区；形成以高星级酒店、特色酒店和经济型连锁饭店为主体、结构合理的饭店业体系；培育和引进 1-2 家国际旅行社。

——品牌目标

培育清水岩风景区、海峡茶博园为我国知名旅游景区品牌；培育温泉世界、湖头古镇、天湖生态旅游休闲中心、紫云山风景区等成为福建著名旅游景区品牌；培育中国茶文化旅游节为我国知名旅游节庆品牌，清水祖师巡春绕境、城隍会等节庆活动成为福建省著名旅游节庆品牌；引进 2-3 家国际著名酒店品牌；形成 3-4 条精品旅游线路。

4. 旅游目的地建设目标

近期成为泉州旅游目的地重要组成部分，商务休闲区 (RBD)、海西旅游度假重要目的地；

中期成为福建省内的著名旅游目的地，台港及东南亚地区朝圣之旅的旅游目的地；

远期成为全国及东南亚地区知名的旅游目的地。

5. 旅游社会目标

——社会目标

通过发展旅游，优化县城市容环境、生态环境、文化环境，提高县城综合服务能力，最终达到提升县城城市形象之目的；满足人民日益增长的旅游需求，提高人民生活质量，提高居民的生活幸福指数，实现“社会和谐、人民幸福”的发展目标；扩大居民就业，规划未来

10年，每年增加旅游就业人数1800人以上。

——文化目标

将旅游发展与文化建设有机结合，通过一批以公共文化、传统文化为核心的文化工程如海峡茶博园、文庙特色街区的建设，保护、挖掘优秀物质与非物质文化遗产，创造现代茶乡文化，弘扬先进文化，促进安溪“文化小康工程”的建设，实现文化与旅游产业发展、精神文明建设的双丰收。

6. 旅游环境目标

正确处理茶产业与生态环境关系，加大对自然生态环境的保护，消除或降低各种环境污染，以不断美化、优化安溪的自然环境，实现社会经济的循环发展。

三、阶段目标

近期（2011年—2015年）：建设发展阶段。

一是启动并完成海峡茶博园、清水岩风景区、湖头古镇三大景区的开发；完成天湖生态旅游休闲中心、温泉世界项目建设；完成紫云山风景区一期项目的开发；完成铁观音发源地旅游区的开发；启动洪恩岩景区的新一轮开发；打造“2355”工程，即打造“文庙”、“中国茶都”两个特色街区，湖头镇、感德镇、大坪乡等三个经典小镇，虎邱镇仙景村、美庄村、官桥镇赤岭村、尚卿乡尤俊村、感德镇岭西村等五个风情村落，华祥苑、中闽魏氏、八马、魏荫和凤山五个茶叶庄园；引进至少1家国际品牌酒店；形成1-2条精品旅游线路。二是健全和理顺安溪旅游管理体制，加强县旅游事业局建设，成立安溪县旅游发展集团。三是争取政策突破，形成全面支持旅游发展的宏观政策和各项具体政策。

中期（2016年—2020年）：完善提升阶段。

一是全面启动并完成茶海明珠、云中山、铁观音发源地等景区的开发建设；启动佛耳山茶海、犀山等景区的开发；清水岩、茶博园争创国家5A级旅游景区，太王陵、湖头古镇争创国家4A级旅游景区；佛耳山茶海、茶海明珠、铁观音发源地等景区创建全国农业旅游示范点；培育或引进1-2家国际旅行社；引进2-3家国际著名酒店品牌；形成1-2条精品旅游线路；促进旅游产业总体规模继续快速发展，不断提高安溪旅游的市场竞争力。二是整合资源，加强营销，策划一批具有轰动效应的旅游品牌或节庆活动。三是优化大环境，包括旅游的政策环境、社会环境和服务环境等。

远期（2021年—2030年）：全面繁荣阶段。

大力拓展旅游市场，形成贯联国内外的旅游营销网络；加强品牌建设，坚持外塑形象，内练内功，不断提升国际竞争力；全面推动社会发展，以旅游带动安溪县市社会经济全面发展；加强环境保护，坚持旅游与环境的共同可持续发展。

第四章 旅游区划分与功能定位

一、旅游区空间格局

安溪市镇珠联，山海璧合，旅游吸引系统丰富多彩。纵观安溪旅游资源分布特征，并综合考虑旅游产业发展趋势，规划组将安溪旅游格局特点总结为：

一心一带五区

所谓一心，是指以凤城镇、城厢镇、参内乡为核心的城市旅游综合接待中心、旅游配套服务中心及旅游集散中心。

所谓一带，是指以感德、祥华、龙涓、西坪、虎邱、大坪、剑斗等乡镇为代表的茶文化、茶产业观光体验旅游带；

所谓五区，是指五大旅游区，包括宗教朝圣旅游区、古镇文化旅游区、温泉休闲度假旅游区、山地观光旅游区、生态观光度假旅游区。这五大旅游区犹如五块璧玉，镶嵌在安溪的旅游版图上，它们共同打造了安溪旅游的核心吸引源。

二、旅游区功能定位

1. 城市旅游综合接待中心

充分发挥中心城区的行政、文化、商业、交通功能，以海峡茶博园为核心引擎，整合中国茶都、凤山、龙湖、文庙、城隍庙等旅游资源，在争创国家级园林城市过程中，加大城市基础设施的完善与旅游服务设施的改造建设，建设一批精品夜景工程、休闲绿地及城雕小品，显山露水，打造国内一流的城市旅游接待综合体，实现城市建设与旅游服务的一体化发展。

2. 茶文化、茶产业观光体验旅游带

茶文化、茶产业观光旅游带位于安溪西南部，包括感德、祥华、龙涓、西坪、虎邱、大坪、剑斗等乡镇，规划依托该片区悠久的种茶历史及大规模、连片的茶海资源，以茶叶生产为基础，延伸茶产业链，在突出茶叶生产功能的同时，注重茶文化的开发，通过建立茶庄园，举办赛茶王、茶艺表演、斗茶、茶餐饮、茶叶制作工艺等活动让茶文化具体化、物象化，成为展示安溪茶文化、茶产业的重要窗口，成为茶海观光游览基地、茶庄园示范基地。

3. 宗教朝圣旅游区

以蓬莱山清水岩寺为核心，整合金谷太王陵威镇庙、感德玉湖殿、虎邱洪恩岩、魁斗清

风洞等旅游资源，依托便捷的交通区位优势，并积极发挥清水岩风景区的辐射与带动作用，在现有基础上，根据历史文献记载扩大各景区点范围，扩充景区内涵，对景观设施进行改造，提升景区品质，使其成为名副其实的宗教朝圣旅游名区。

4. 古镇文化旅游区

湖头镇历史悠久，人杰地灵，素有“小泉州”之称，历来史上为安溪的交通枢纽和商贸重地，为一方重镇。规划依托李光地故居、贤良祠、泰山岩等资源优势，开发古镇街巷、祖祠、庙宇、饮食、民俗的旅游功能，释放“福建历史文化名镇”的文化旅游光芒。

5. 温泉休闲度假旅游区

以温泉疗养为吸引内核，依托临近厦门、泉州的便利交通条件，重点开发安溪度假、商务会议、休闲旅游功能，成为闽南金三角地区的商务休闲度假场所。

6. 山地观光旅游区

依托紫云山奇峰怪石、火山遗迹、唐宋古寨等以及周边的莲花山、银瓶山和蓝田乡朝天山森林公园等资源，建设以“紫云山”为中心，以“闽南佛国”为核心的大型旅游区，成为集旅游、观光、朝圣、度假、休闲、健身为一体的山地旅游综合体。

7. 生态观光度假旅游区

依托云中山及周边优越的自然资源条件，着重开发峡谷观光游、生态体验游、温泉度假游、晋江探源游等旅游产品，成为安溪最具原生态内涵的重量级旅游区。

第五章 景区开发规划

一、开发理念

安溪旅游景区开发分两大类，一类是对现有景区的改造建设，通过扩大规模，充实内涵，提升品质，使之更趋完善；另一类即是根据旅游产业发展与市场需求，对一些存量有价值的旅游资源进行开发建设，使安溪产生一批新的旅游景区点，以增强安溪旅游吸引力。

安溪旅游景区规划开发，根据各资源体的质量、规模、丰度及与市场契合度等，将拟新开发或再度开发的景区分为重点景区与一般景区，并因此做出详略不同的开发内容。

二、景区（点）开发级别与时间安排

1. 重点景区（点）开发安排

重点景区是一地旅游的具象代表，是一地景区业的核心，是旅游的主要吸引源，也是一日游、二日游的主体。

表 5.1 重点景区（点）开发规划表

开发 时序	景区景点	主要资源	开发程序	建设目标
近期	海峡茶博园	中国茶都、茶文化	二次开发	国家 5A 级旅游景区
	清水岩风景区	清水岩寺、蓬莱山等	二次开发	国家 5A 级旅游景区
	温泉世界	温泉、自然生态村落等	首次开发	国家级旅游度假区
	湖头古镇	新衙、旧衙、贤良祠、泰山岩、古民居群、特色小吃等	首次开发	国家 4A 级旅游区, 全国历史文化名镇
	铁观音发源地旅游区	茶园、南轩、南岩石、代天府、观音母树、聚斯楼、传统制茶工艺、乌龙传说等	二次开发	全国农业旅游示范点 国家 4A 级旅游景区
	紫云山风景区	紫云山、莲花山、银瓶山、朝天山、国公山、猴公山、笔架山等	首次开发	国家 5A 级旅游景区
	天湖生态旅游休闲中心	温泉、优良的自然生态	首次开发	国家级旅游度假区
中远	茶海明珠旅游区	鸡尾尖茶海、迎仙埔茶海、亿岁松化石、百丈	首次开发	国家 4A 级旅游景区

期		瀑布、小上海等		
---	--	---------	--	--

2. 一般景区（点）开发安排

一般景区为—地旅游吸引系统的辅助性景区，多样的一般性景区，能与重点景区组成多个有差异性的旅游产品，使老顾客每次能领略新内涵，得到新收获，达到新愉悦。

表 5.2 一般景区（点）开发规划表

景区景点	主要资源	开发程序	建设目标	开发时序	
				近期	中远期
文庙特色街区	文庙、城隍庙	二次开发	特色餐饮休闲街区	√	
保生大帝旅游区	玉湖殿、龙通土楼、茶园、茶夜市、汤内坂温泉等	二次开发	保生大帝朝圣旅游、休闲度假胜地、两岸保生文化交流的平台	√	
一品茶都	铁观音茶叶交易中心、茶文化展览博物馆、茶夜市	首次开发	海西著名的铁观音购物点	√	
洪恩岩景区	洪恩岩、生态茶园等	二次开发	国家 4A 级旅游景区	√	
太王陵旅游区	茶果观光园、太王陵、威镇庙、莫耶故居、苏维埃政府旧址	二次开发	朝圣古迹、生态休闲度假旅游区	√	
尤俊农耕文化园	农耕文化	二次开发	全国农业旅游示范点	√	
骑虎岩景区	骑虎岩、佛手茶发源地、醉仙石、拳头埔	二次开发	国家 3A 级旅游景区	√	
犀山景区	森林植被、奇石、五房水库	首次开发	国家 3A 级旅游景区		√
佛耳山茶海旅游区	船岭茶海、佛耳山、詹敦仁故居等	首次开发	生态史迹旅游区		√
茶叶庄园	茶叶种植基地	首次开发	集茶叶生产、茶文化体验、观光旅游等于一体的茶叶庄园	√	
晋江源景区	晋江源、桃舟古街、吾岩寺、原始森林	首次开发	以晋江探源游、生态休闲游为特色的旅游区，远期成为云中山风景区的有机组成部分		√
阆苑岩景区	省级森林公园、阆苑寺庙、阆苑山庄等	二次开发	国家 3A 级旅游景区	√	
白头格古民居群	白头格古民居群、九峰岩、水美宫	首次开发	古建筑及民俗文化展示区、宗教朝圣区	√	
林嗣环文化园	林嗣环祖居、口技文化	二次开发	中国口技文化展示暨研究中心		√
清风洞景区	清风洞、岱屏岩	二次开发	生态朝圣旅游区		√
安溪铁观音集团	铁观音生产、加工、销售、茶文化展示	二次开发	全国工业旅游示范点	√	

八马集团	铁观音生产、加工、销售、茶文化展示	二次开发	全国工业旅游示范点	√	
魏荫名茶庄	铁观音生产、加工、销售、茶文化展示	二次开发	全国工业旅游示范点	√	
铜锣古寨	铜锣庙、畲族民俗风情展示、飞凤山庄等	首次开发	民族风情旅游区		√
蓬莱温泉度假村	温泉、青云楼	首次开发	温泉度假地		√
佛仔格温泉度假村	鼓顶温泉、安溪中心县委旧址	首次开发	温泉度假地		√
护国岩景区	护国岩、古土楼、古窑址、峡谷、生态茶园等	首次开发	古迹休闲旅游区	√	
云中山风景区	大坑峡谷、热带雨林、龙潭坂瀑布、格口温泉、九十九弯、太华尖等	首次开发	国家4A级旅游景区		√
仙峰岩景区	仙峰岩、明朝大钟、长寿水等	首次开发			√
王帽山景区	一线天、蝙蝠洞、雷公劈石、无底洞府、王帽石、李光地读书崖等	首次开发	生态型旅游区		√
旅游特色村	虎邱镇仙景村、美庄村、官桥镇赤岭村、尚卿乡尤俊村、感德镇岭西村	首次开发	福建省旅游名镇、全国特色景观村镇示范点	√	

三、重点景区（点）开发

1. 海峡茶博园

海峡茶博园简称茶博园，位于安溪县城东北部，占地面积约26平方公里，是以茶文化为主题的博览园，建成后将成为福建对台经济文化交流的先行区，世界知名的茶文化旅游区，国家级茶文化产业园区，中国茶产业品牌和深加工的培育和孵化基地，中国农产品走向国际化、标准化的示范园区，安溪城市的地标区和重要商圈；成为我国一流的宜商宜居宜旅的旅游休闲胜地，成为国家5A级景区。

茶博园规划建设茶文化主题社区、铁观音现代茶场、乌龙集镇、凤都茶庄园、主题休闲小镇、茶城总部等六大项目，其中，茶文化主题社区通过设置科研茶园、科研中心等将打造成为安溪茶科研基地；铁观音现代茶场建设主题茶庄、高档度假村、现代农场等；乌龙集镇建设观光茶田、农业集市、茶园农舍、农家作坊街、主题餐饮街等；凤都茶庄园建设主题度假村、茶乡庄园、茶文化创意体验园等项目；主题休闲小镇建设度假酒店、滨河休闲街、安溪博物馆等；茶城总部设置商务酒店、商贸服务街、商务写字楼、会议中心、海峡茶文化博

物馆等。

2. 清水岩风景区

自明以来，由清水祖师崇拜、道德教化，到娱情山水功能的发展，尤其是晚清一代，人们礼神之暇，凭栏眺望，悦性灵，娱耳目，记述亭阁名胜及登临览胜、礼佛祀神的诗文不可胜数，清水岩旅游活动异常活跃。因此，规划将祖师纪念、旅游活动紧密结合，让清水岩的宗教文化和旅游活动完美融合。即在现有景区基础上，通过对现有景区的整治提升，建设一批景观景点，并新建度假酒店，温泉疗养中心、品茗中心、商业街等旅游服务设施，促使景区由朝圣、观光游到朝圣、休闲度假游转变，使景区建成为维系海内外华人亲情、乡情的重要纽带，成为我国著名的宗教文化旅游区，成为国家 5A 级旅游景区。

3. 温泉世界

温泉世界位于安溪县龙门镇和官桥镇结合处，即南翼新城核心区域，总占地约 7500 亩，是依托龙门镇丰富的温泉资源优势，结合海峡西岸旅游市场的发展需求，围绕温泉开发的集旅游度假、康体疗养、和谐人居、文化教育、生态农业等多种业态为一体的旅游综合体。

温泉世界规划分为温泉酒店 spa 区、世界风情农庄区、户外运动区、茶艺博览区、滨水乐园、乡村音乐园、山水游玩区、高尔夫球场等八大亚区。

4. 湖头古镇

规划以湖头历史文化为依托，以李光地名人资源为抓手，以“大宅、寺庙、老街”为核心资源，以古街风光为基础景观，修缮街巷民宅、桥梁道路，整治市河池塘，恢复老街昔日风貌；调整商业业态，提升老街功能；开发旅游项目，增加旅游元素，再现“旧宅老店相伴，小桥流水相依，宗祠佛寺相望”的市井风情。中远期成为国家 4A 级旅游景区，成为国家历史文化名镇。

5. 紫云山风景区

规划依托紫云山、莲花山、银瓶山、朝天山、国公山、猴公山、笔架山及蓝田水库、内地原始森林、朝天山原始森林、林鹤年古民居建筑群等资源，构建一中心（以艺术展览、商务庄园文化为核心的国际交往中心）、二胜地（佛文化心灵朝圣地、夏日避暑胜地）、三方舟（两岸政府“品茗和谈”的和平方舟、台胞回家的幸福方舟及安溪人民的富强方舟）、四基地（全国文联创作基地、国家体育总局训练基地、国家机关老干部艺术基地、康复养生理疗基地）、五片区（佛文化旅游区、国际茶文化生态旅游交流区、海峡西岸城乡统筹的全新示范区、生态观光旅游区、休闲度假旅游区）的文化旅游产业格局，打造以“紫云山”为中心，以“东

方佛国”和“铁观音茶文化”为核心的旅游品牌，将该区域建设成集心灵朝圣、休闲度假、健身养生、娱乐观光为一体的旅游胜地，成为海峡西岸养生康体和旅游度假的天堂，最终成为国际高端的旅游目的地。

6. 天湖生态旅游休闲中心

天湖生态旅游休闲中心位于龙桥工业园，总占地 5400 亩，是以高尔夫球场、温泉等为主的休闲娱乐中心，中心规划建设商业区、教育培训区、商务办公区、疗养区、住宅区、运动区及观光区等主题区域，建成后将成为安溪，乃至泉州市独具一格的大型旅游休闲中心，成为国家 4A 旅游景区。

7. 铁观音发源地旅游区

西坪为“中国铁观音发源地”，独具“茶叶原乡”的地理坐标，规划将依托这一独有的资源优势，通过对茶文化的挖掘整理，深入挖掘整理西坪民间的茶俗、茶诗、茶歌、茶礼、茶传说等历史文化史迹，搜集、归档与茶相关的风土人情，将其浓厚的文化内涵物化、景观化，使铁观音发源地成为以铁观音探源为特色的旅游区，成为最具历史感的茶海景区。根据旅游区内资源情况，拟分为王氏贡茶园、魏氏古茶园两个主题景区，两个景区共享旅游接待设施，合力打造铁观音源起文化，中期成为全国农业旅游示范点、国家 4A 级旅游景区。

规划在王氏贡茶园设立旅游接待中心，配套咨询、票房、导游中心、厕所等相关设施，以作为本旅游区的旅游服务基地；王氏贡茶园、魏氏古茶园分别根据各自的历史传说，对铁观音源起文化进行景观化表现。其中，尤其应充分利用魏氏铁观音发源地所在山谷的较好自然环境，将其建成为旅游区内的吸引主体；利用现魏氏茶作坊，在继续开展铁观音茶生产，开发茶叶制作工艺观摩的同时，通过图片文字及实物，展示铁观音文化；利用古茶园附近整修的聚斯楼，通过土楼建筑及居民生活，原生态地展现安溪地区的土楼生活民俗。建设停车场、厕所等配套设施，并提供解说服务；配套建设道路、厕所、给排水等基础设施。

四、一般景区（点）开发

1. 文庙特色街区

安溪文庙是全国文保单位，素有“秀甲江南”、“名冠八闽”之誉，建筑风格优美，形制基本完整。规划在完善文庙建筑格局的前提下，不断丰富孔子文化、科举文化实物收藏展示的同时，增辟安溪县博物馆、名宦馆、乡贤馆，使之成为孔子文化节的主场地，成为展示安溪历史文化的中心，成为开展传统文化教育的主要景区点之一。以文庙为核心建设特色街区，

配置吃、游、购、娱等元素，成为集中展示安溪历史文化底蕴的重要窗口，成为安溪提升城市形象与品位的重要手段。

2. 保生大帝旅游区

保生大帝祖籍地为安溪感德镇，玉湖殿为保生大帝的祖殿，规划依托民间尤其是台湾民众对保生大帝的较高信仰，依据文献记载，恢复已毁建筑，扩大现有寺庙规模。将现山麓旧民居经修整后，开辟为禅茶堂，作为高级禅修的场所。利用圳下汤内坂温泉山庄，开辟养生馆，开发温泉养生和中草药养生，为朝圣游客提供温泉休闲服务。设置百草园，种植各种中草药植物，为游人提供中草药识别的基地，同时供养生提供药材。新建山门、道路、停车场等配套设施，完善旅游接待功能，将其建成为保生大帝朝圣旅游胜地，成为两岸保生文化交流的平台。近中期实施开发建设。

3. 一品茶都

一品茶都位于感德镇，是感德茶农和商家专门的茶叶交易平台，总建筑面积约45000平方米，共有店面173间，商品房168套。茶都包括铁观音茶叶交易中心、茶文化展览博物馆等，并设有酒店公寓、物流中心、金融银行网点等相关配套，建成运营后将作为福建省文化旅游精品线路的重要项目。

4. 洪恩岩景区

充分利用洪恩岩在自驾游旅游市场的优势，增加项目建设，不断充实景区内涵，不断完善配套服务设施，加强与媒体、汽车俱乐部的合作，设计更多的自驾游主题活动，使洪恩岩成为闽南金三角地区著名的自驾车旅游目的地，成为国家4A级旅游景区。

5. 太王陵旅游区

太王陵旅游区分为太王陵、果园区、休闲区三大部分，着手朝圣平台的建设扩大，以适应重大朝圣活动的开展。其中，果园区是拓展旅游区的重点，园区山、水与果树生产有机结合，生态果园与太王陵、威镇庙朝圣旅游相结合，彼此相互依存，共同发展。在做大果园经济的同时，延伸果园采摘、观光、休闲等功能。做好相关旅游服务设施的配套建设，完善旅游功能，建成集生态旅游、观光旅游、朝圣旅游及农业生产为一体的综合性景区。中期建成全国农业旅游示范点。

6. 尤俊农耕文化园

进一步充实内容，增加与农业相关的参与性项目，突出休闲农业特色，提高服务质量，将文化园打造成自给自足的庄园式农业旅游景区，成为广大游客普及农科知识、体验农家生

活、会务休闲的好去处，成为安溪县乡村旅游的新去处。中期成为全国农业旅游示范点。

7. 骑虎岩景区

利用骑虎禅师影响，依托佛手茶发源地这一独有资源，整合景区内其它自然与人文资源优势，加大旅游资源开发力度，将骑虎岩建设为本地及近程旅游市场周末自驾休闲旅游胜地，成为国家 3A 级旅游景区。

8. 犀山景区

依据已编制的旅游开发规划，依托现有的森林植被、奇石、水库等自然条件，充实景观建设，修建景区及景区周边的道路，将犀山景区建设成为以自然风光取胜的景区，成为国家 3A 级旅游景区。

9. 佛耳山茶海旅游区

依托祥华悠久的种茶、制茶历史及大规模、连片的茶田资源，以种茶、制茶、茶交易为主要内容，并通过地区性的赛茶王、茶艺表演、斗茶、茶餐饮、茶叶制作工艺等活动，让茶文化具体化、物象化，做足、做精、做优、做强茶文化，把佛耳山茶海打造成茶产业及茶文化深入体验的旅游区，成为最具茶产业特征的茶海景区，成为全国农业旅游示范点。

10. 茶叶庄园

依托龙涓、祥华、感德、虎邱、大坪、西坪等乡镇规模化的茶叶种植基地以及悠久的种茶、制茶历史，仿效法国葡萄酒庄园的生产管理模式，以茶叶为主题，以生态为基础，以山水为特色，以文化为灵魂，以拓展现代茶叶多元产业功能为方向，在优化华祥苑茶叶庄园、中闽魏氏茶叶庄园的基础上，再建立西坪铁观音发源地庄园、虎邱高建发茶叶庄园、蓝田年年香茶叶庄园、龙桥园高速服务区铁观音庄园、八马茶业庄园等 5-10 个集茶叶生产、茶文化体验、观光旅游等于一体的、个性特征鲜明的综合型茶叶主题庄园。

11. 晋江源景区

规划以晋江源为抓手，整合桃舟古街、吾岩寺等周边旅游资源，做好、做大、做优“晋江源”这一特色文章，形成以晋江探源游、生态休闲游为特色的旅游区，远期成为云中山风景区的有机组成部分。

12. 阆苑岩景区

依托临近城区的便利交通条件及好山、好水、好茗的资源条件，增加旅游景观，修缮道路等基础设施，敲响“阆苑夕照”景观，成为国家 3A 级旅游景区。

13. 白头格古民居群

规划对九座古民居建筑进行修缮，在保护的基础上进行开发，紧扣“白头偕老”、“天长地久”主题，建设爱情诗文石刻等爱情主题景观，广植玫瑰花、百合花，使之成为福建省著名的古民居展示及爱情文化旅游地。

14. 林嗣环文化园

利用林嗣环名人效应及林氏宗祠，通过陈列有关林嗣环个人事迹，设置中国口技艺术馆，美化环境，修整进出道路，建设停车场，提供相应的配套服务设施，将其打造为中国口技文化展示与研究中心。

15. 清风洞景区

依托大岩山秀美奇特的自然景观，以岱屏岩风格独特的奇石异树为载体，沿途修葺或增设观景亭、台，开辟百草园、百果园，建设养生馆，增设以药膳为特色的餐饮服务设施，对清风洞及太平岩寺进行保护性修葺，形成以药膳、养生为特色的生态朝圣旅游区。

16. 安溪铁观音集团

挖掘安溪铁观音悠久的历史和品牌效应，配套完善旅游接待服务设施；建设凤山铁观音茶庄园。建成全国工农业旅游示范点。

17. 八马集团

利用八马茶叶品牌、现代化的茶叶生产及产业规模优势，配套完善旅游接待服务设施；建设八马茶叶庄园。建成全国工农业旅游示范点。

18. 魏荫名茶园

秉承传统制茶工艺，发挥国家级乌龙茶（铁观音）传统制作技艺代表性传承人的优势，进一步丰富铁观音博物馆展示内容；建设西坪铁观音发源地茶叶庄园。建成全国工农业旅游示范点。

19. 铜锣古寨

依托铜锣庙、畚族民俗风情，结合飞凤山庄进行整体开发。规划在现有殿宇基础上，扩建具有畚族风格的古寨，配以道路、山门、照明、祭祀广场等配套设施，使其成为畚族民族风情展示区。

20. 蓬莱温泉度假村

蓬莱温泉村温泉水温为63℃，水质清冽，主要成分为HCO₃-SO₄-Na，出水量大，达到3.15L/s。出水口周边有一二百亩地可用作开发用地，河道弯曲，环境优美，靠近公路，易于开发，具有较高开发价值，规划将其建设为一大型温泉度假村。

21. 佛仔格温泉度假村

温泉度假村位于邻近县城的魁斗镇佛仔格，地处三面环山的峡谷谷底，小环境好，封闭性强，同时，对外交通便捷。度假村引用距此处3公里左右的鼓顶温泉，泉水温度为63℃，主要成分为SO₃-HCO₃-Na，出水为2.0L/s。规划度假村用地现主要为山林地、宅基地及少量的农田，具有较大的开发价值。规划将其建设成为一大型温泉度假中心，为安溪、泉州居民及游客提供一个高档的温泉度假场所。

22. 护国岩景区

依托护国岩、古土楼、古窑址、华祥苑有机茶园等资源，以护国岩为核心，开发太子赵构避难等旅游资源，成为安溪县古迹游览胜地。

23. 云中山风景区

规划依托峡谷、瀑布、温泉、高山等景观资源，通过发展登山观光、峡谷探幽、温泉度假等生态旅游项目，建设相关配套旅游设施，将云中山打造成为集观光疗养于一体的大型生态旅游区，远期建成国家4A级旅游景区，成为中国一流的目的地型生态旅游度假胜地。

24. 仙峰岩景区

仙峰岩位于龙涓乡美岭村，据史料记载，仙峰岩“始建于明洪武六年，仙景秀溪乡人建院峰顶，清幽可玩”。岩中峰峦叠翠，巨石耸立；石径逶迤，山泉清澈；奇花异草争艳，小桥流水相伴，好似天外仙宫。规划依托仙峰岩在当地及印尼、新加坡、台湾等地的影响，修缮现有建筑、增加景观设施，使之成为山水环境、优美秀丽的宗教朝圣旅游区，成为新年撞钟祈福圣地。

25. 王帽山景区

王帽山景区位于白濑乡上格村，因其顶峰有一奇石酷似王帽而得名。区内苍松翠柏，古树参天，奇峰突兀，怪石嶙峋，悬崖绝壁，古寺平湖，风光旖旎，景色迷人。规划依托旖旎风光，建设“一线天”、“蝙蝠洞”、“雷公劈石”、“无底洞府”、“王帽石”、“李光地读书崖”等景点，完善旅游基础设施，使之成为自然风光优美，人文景观丰富的生态旅游区。

26. 旅游特色村

依托虎邱镇仙景村、美庄村、官桥镇赤岭村、尚卿乡尤俊村、感德镇岭西村等五个村落，积极发展现代农业、休闲农业，支持和引导“农家乐”建设，促进乡村旅游商品开发和农家旅馆、农村特色餐饮等旅游服务产业的发展，培育一批旅游特色村，突打造“一乡一景、一村一品、一家一艺”的品牌。

第六章 旅游服务系统规划

一、旅行社

旅行社积极开发旅游线路，设计丰富多彩的旅游产品，积极招徕客源市场；建立安溪导游服务中心，建立一支较稳定的专、兼职导游队伍；督促景区对景区导游讲解员的业务培训；规范旅行社经营行为，提倡诚信经营，近期建立旅行社经营信誉档案；争取在规划中期，建设或引进 1-2 家有独立法人的国际旅行社。

二、旅游住宿

整顿现有旅游住宿业，落实行业管理规范，提升服务质量，发展主题型饭店、度假客栈、汽车旅馆、家庭旅馆，科学调控饭店增长数量，鼓励饭店开展旅游饭店星级评定工作，提高安溪旅游饭店接待能力和整体服务水平。

1. 发展主题型特色饭店

建设一批主题鲜明的特色饭店，引导酒店业向温泉度假酒店、会议酒店发展，积极发展具有会务、培训等商务型酒店。提倡饭店硬件环境的个性化、特色化，在建筑造型、内部装饰等方面突出闽南特色、艺术品位、文化气息。

2. 形成合理的饭店等级结构

近期引进 1-2 家国际品牌饭店；鼓励发展旅游饭店，2015 年前建成 3-5 家五星级饭店，2-3 家四星级饭店；改造提升中低档饭店；发展经济型连锁饭店，发展农家乐等家庭旅馆，建立梯级合理的饭店业体系。

3. 对社会旅馆实行旅游行业管理

实施对全县各种行业旅馆、社会旅馆的行业管理，加强社会旅馆的规范化、标准化建设，提高社会旅馆服务水平。

4. 倡导绿色饭店

推行国家《绿色旅游饭店》标准（LB/T007-2006），鼓励使用科技含量高、环保节能的设施设备。

5. 合理规划饭店空间布局

未来着重做好安溪中心城区、大县城新发展区、湖头新城、南翼新城等重点旅游乡镇、

大型旅游景区（含温泉旅游区）的旅游饭店建设。

6. 合理规划饭店数量

根据对安溪未来几年到访游客逗留人天数的预测，常态情况下安溪饭店床位的需求量预测如下：

床位数预测用公式： $C=YST/NK$

- * 近期（2015年）床位需求数预测为7070张
- * 中期（2020年）床位需求数预测为16780张
- * 远期（2030年）床位需求数预测为32200张

近期床位需增加3970张，中期床位需增加13680张，远期床位需增加29100张。根据安溪目前饭店床位及近期入住游客增长数，应逐步增加2015年前的安溪饭店床位增长，规划主要增建几家高星级饭店即可。中远期不同等级饭店床位的增长，按照社会旅馆、低档饭店（一、二星级饭店及经济型连锁饭店）、中档饭店（三星级饭店）、高档饭店（四、五星级饭店）1：4：3：2比例结构配置。如此，未来安溪社会旅馆、旅游饭店床位需求预测如下表所示。

表6.1 目标年不同档次床位规划表

目标年		社会旅馆	旅游饭店		
			低档饭店	中档饭店	高档饭店
2015	所占比例 (%)	0	0	40	60
	床位 (张)	0	0	1590	2380
2020	所占比例 (%)	10	40	30	20
	床位 (张)	1678	6712	5034	3356
2030	所占比例 (%)	10	40	30	20
	床位 (张)	3220	12880	9660	6440

三、旅游餐饮

大力发展地方特色餐饮，开发适应游客不同品种、不同档次、不同风味需求的餐饮产品，使餐饮成为安溪的一大特色旅游产品。主要措施包括：

1. 开辟特色餐饮街区

近中期在文庙、茶博园、清水岩风景区、湖头古镇、茶海明珠等地设立特色餐饮街区，打造颇具特色的餐饮消费集聚区。

2. 发掘地方饮食文化，开发地方特色菜品

开发包括特色菜、农家菜、风味小吃、绿色食品等地方特色餐饮与食品。

3. 规范餐饮服务，提高餐饮卫生质量

提高餐饮服务水平，推出一批特色餐厅，增加餐厅文化氛围。制定严格的餐饮行业卫生标准并严格执行，切实维护游客权益。

四、旅游娱乐

安溪县旅游娱乐设施的配备相对滞后，娱乐项目较单调，今后旅游娱乐业应大手笔策划、多层次展开、开放式经营，使之成为旅游休闲的重头戏。

1. 旅游表演

旅游表演要突出民族特色和地方特色，重点开发茶艺、茶歌、茶舞表演，开发南音、高甲戏，开发“夜茶都”主题文化表演活动。

2. 节庆活动

增加中国茶文化旅游节、清水祖师迎春绕境、城隍会、孔子文化节等旅游节庆活动的娱乐性、参与性，使之成为丰富游客及当地百姓的精神文化生活的重要娱乐形式

3. 旅游产品中的参与性娱乐活动

一些旅游产品本身就具有娱乐性、参与性，从而成为娱乐活动的组成部分，如茶乡农家乐、夏令营等。为此，要强化这些旅游产品的娱乐性，增强游乐色彩。

五、旅游购物

安溪有着丰富旅游商品资源，但是旅游商品产业规模却不大，宜进行规模生产，在现有的铁观音乌龙茶、黄金桂乌龙茶、茶具、湖头米粉、桔红糕等旅游商品基础上，加紧开发具有安溪特色的其它旅游商品。为此，应成立旅游商品设计机构；政府制定相关政策，鼓励参与旅游商品设计、生产与销售，政府给予政策、资金上的优惠；定期组织旅游纪念品设计大赛，征集民间旅游纪念品设计方案，推动旅游纪念品的设计和开发；构建旅游商品销售系统；加强旅游商品的品牌建设，增加产品附加值，提高创收能力。

六、旅游交通

1. 旅游专线

* 进一步提升并优化安溪至厦门、泉州等周边旅游客源地的公共交通线路。

- * 条件成熟时，开辟至厦门高崎机场、泉州晋江机场旅游专线。
- * 条件成熟时，开设经停安溪的旅游专列。
- * 适时增设县城往各主要旅游景点景区的旅游专线，以及各景区景点之间的专线。

2. 旅游交通设施

* 道路交通建设和景区（点）建设同步，完善由县城至新景区（点）的旅游交通道路和配套设施。

* 县际之间、城乡之间、景区之间道路的提级改造，构建开放快捷的旅游交通网。

* 实现县内社会公交旅游化，适时更换超过运营年限的车辆。公交站点设置应可能方便游客参观游览。位于景区点附近的公交站名采用景区（点）名称。

* 完善安溪汽车客运站的设施建设，成为安溪县旅游集散中心。

* 按照旅游客运站的要求，建设清水岩、洪恩岩、湖头镇、感德镇、芦田乡、西坪镇、大坪乡和龙桥等旅游客运站，增设旅游专线车。

* 扩建火车站充分考虑到旅游功能，在此设立旅游咨询点。

* 建立和完善旅游道路交通指示系统。

* 完善自驾车旅游配套设施建设。

* 所有公路客运站、公交站台设置统一印制的“安溪旅游景点导游图”。

* 在主要景区（点）配置相应规模的停车场所。

* 大龙湖水上旅游提供相应的游船码头等水上交通设施。

* 发展城市出租汽车，规范出租车运营，提高服务质量。

* 引进知名品牌汽车4S店，为自驾车旅游提供异地车辆保养、保修等服务。

* 建设旅游驿站，推进安溪自驾车营地建设，宜在不同时期有序推进云中山、紫云山等地的汽车旅游营地建设。

* 交通安全监测网络全覆盖，建立相配套的旅游交通安全救助系统。

七、旅游信息

1. 文字宣传系统

* 组织专业力量编写有关安溪的文史及旅游宣传图书，适时出版安溪旅游地图、光盘等。

* 在旅游咨询中心、游客中心、饭店、车站、景点入口处等游客集中地向游客免费提供有关安溪的旅游宣传资料。

2. 咨询服务系统

* 建立现场咨询、电话咨询、网络咨询等多种方式的咨询机制。

* 组建安溪旅游咨询中心，在重点旅游乡镇设立分中心，咨询中心应包含广告牌、电子显示屏、电子触摸屏、免费导游手册、导游图、人员咨询等，同时设立 24 小时旅游咨询电话。

3. 电子信息系统

* 不断完善安溪旅游政务网，增加人力与财力的投入，及时传递旅游信息，使其成为宣传展示安溪旅游的主窗口之一。

* 建设和完善安溪旅游电子商务信息化平台，开通旅游者免费查询服务系统。

4. 景区牌示系统

完善旅游景区点的牌示系统，包括全景牌示、指路牌示、景点牌示、忠告牌示、服务牌示等。

八、旅游厕所与无障碍设施

1. 旅游厕所

* 加快安溪旅游集散地、城镇、交通干线、景区（点）的旅游生态厕所建设，合理设置旅游厕所数量，改善厕内卫生状况，提升安溪旅游形象。

* 适应旅游厕所从纯功能需求向审美需求发展的趋势，注重厕所的建筑风格，将旅游厕所建成城镇或景区中的一景。

* 开展旅游星级厕所的建设与评定，在每个主要景区（点）建成 1-2 家星级旅游厕所。

2. 无障碍设施

* 在公共场所、景区点设立醒目的无障碍指示标识。

* 在公共场所、景区点设置无障碍通道。

* 在旅游咨询中心、大型景区游客中心、厕所等配置必要的残疾人用具和残疾人用设施。

第七章 旅游形象规划

一、旅游形象定位

安溪的旅游形象定位要从诸多县市中凸现出来，必须遵循两个基本原则：一是必须与周边旅游县市的形象相区别，凸现自身特色；二是必须符合安溪实际情况，突出安溪本地的旅游资源与产业特色。由此，安溪旅游形象的定位为：

山水茶都 休闲安溪

定位语阐释：

1. “山水茶都”，安溪山清水秀，有着非同一般的生态环境，是开展生态旅游、度假旅游的天堂。安溪是我国著名的茶乡，是铁观音的发源地，漫无边际的茶山茶海，演绎着中国茶都之美誉，茶都是安溪区别于许多旅游城市的具有强烈个性的符号之一。

2. “休闲安溪”，近年来，安溪大力打造“山水茶乡·品质休闲”这一旅游品牌，并欲逐步建设成为休闲度假及康体养生中心，建设成为福建沿海“后花园”，因此，安溪的旅游形象定位也将围绕这一目标进行。

二、旅游形象视觉识别

1. 旅游标志

安溪的旅游标志需专门设计，其基本元素拟体现安溪的宗教文化、茶文化及生态环境等特色，构思精巧，视觉形象鲜明。

2. 标志性建筑

标志性建筑醒目、易记忆，能长久留于人们心中，规划拟于茶博园修建一处标志性建筑，以体现中国茶都、龙凤胜景的意境。此外，一些旅游景区景点也应刻意建设标志性建筑物，以作为景区形象的宣传名片

3. 旅游吉祥物、纪念品

利用安溪特有的藤铁工艺、竹木等地产材料，设计一批反映地方特色的旅游吉祥物、纪念品。

4. 形象物色彩

无论是茶还是山水生态，都以绿色为主，安溪旅游形象物的色彩建议以绿色作为主色调，

明快、清爽、生态。为突显绿色，次要相配的颜色可以有茶汤色、黄色和红色。这三种颜色与安溪的民居、大厝和寺庙的颜色相吻合。

三、旅游形象行为识别

1. 旅游服务行为识别

旅游形象行为识别主要是通过旅游服务规范和旅游服务行动来表达，旅游地服务人员的服务态度、服务质量都是旅游形象的体现。安溪所有直接为旅游者服务的旅行社、饭店、餐厅、景点景区、农家乐等旅游企业，以及一切与旅游相关的行业部门，如邮电通讯、银行金融、商业网点、公交出租等等，这些服务于游客的企业员工，均应以较高的职业素质、标准的礼仪礼貌、娴熟的服务技巧、人性化的服务内容，为游客提供全方位、周到、细致的服务，做到服务行为与旅游形象相合度。

2. 市民行为识别

安溪百姓以主人翁精神，主动热情帮助游客，使用普通话和文明礼貌用语，每个人争做好客的居民。

四、旅游形象推广策略

1. 面向东南亚、台湾等海外市场的形象推广中，可通过参与海外举办的旅游促销活动，或举办产品推介会等方式。利用海外人士来安溪的机会，在茶王赛期间、朝圣期间运用口传和直观的方法，着力宣传安溪近年来在旅游项目和服务产品中的新动向。

2. 面向海西各地，重点运用各种媒体进行有针对性地宣传、推广，参与全省的专业旅游推介会、展示会。

3. 面向国内外客商的中国茶文化旅游节、藤铁工艺博览会等大型节庆活动，可运用政府主管部门业已形成的专业市场关系，巩固国内市场，扩大国际市场。

五、旅游形象宣传口号

拟定以下旅游宣传口号，供选择使用：

- 山水茶都，休闲安溪
- 清水清溪，茶都茶香
- 人文安溪古，茶香山水美

- 茶品铁观音，休闲游安溪
- 品千年铁观音，游内外大安溪
- 休闲到安溪，游伴铁观音
- 安溪铁观音，好茶好山水
- 快乐安溪，山欢水嬉
- 中国茶都，闽南佛国
- 安溪铁观音，香溢全世界
- 茶海明珠，闽南佛国
- 安溪山水美，茶香惹人醉
- 品香铁观音，感奇云中山
- 安恬清溪，茶海茶香
- 中国茶都安溪，山水名城胜地
- 茗茶出安溪，最奇铁观音
- 山水茶乡安溪，朝圣休闲胜地

第八章 旅游产品开发规划

一、旅游产品主题

依据安溪旅游资源类型，提出以下五大旅游产品主题：

1. 茶文化主题

茶文化主题是安溪旅游的第一大主题和第一大品牌。这一主题的旅游利用方式是全方位、多层次的，如国际性的大型节庆旅游；常年的茶海观光游、茶文化游、茶业商贸游、铁观音发源地探源考察游、做一天茶农等等。利用茶文化主题中的茶歌、茶舞、茶艺表演、茶餐、茶浴、茶保健疗养等等丰富茶文化主题旅游的内容。

2. 宗教朝圣主题

安溪朝圣旅游资源丰富，如清水岩的清水祖师、玉湖殿的保生大帝、洪恩岩的洪恩祖师、圣王公墓的太王太妃、威镇庙的广泽尊王等，在海内外都有相当广泛的信众。因而从旅游的视角操作和组织朝圣活动，使宗教朝圣成为安溪旅游的一大主题。

3. 休闲度假主题

安溪有丰富的休闲度假类旅游资源，尤其是温泉资源丰富，已勘察的主要有龙门上汤温泉、蓬莱温泉村温泉、剑斗圳下汤内坂温泉、魁斗佛仔格鼓顶温泉、福田格口温泉等，且大多温泉周边环境优美，具有巨大的旅游开发价值。因此，依托温泉，结合山水风光、茶乡农家等，可使休闲度假成为安溪旅游的一大特色。

4. 山水生态主题

围绕云中山、百丈瀑布、紫云山、犀山等山水生态资源，开发出诸如观光探险、科普科考、休闲度假等以山水生态为主题的旅游产品。

5. 古镇文化主题

开发以李光地故居为核心的古建民居主题类旅游产品，把对历史人物瞻仰的专题性旅游与闽南古镇街区和闽南古大厝旅游相结合，成为安溪旅游的又一大主题。

二、旅游线路策划

1. 近期旅游线路策划

* 一日游推荐线路

A线：城区（中国茶都）——清水岩风景区——湖头古镇

B线：城区（中国茶都）——清水岩风景区——铁观音发源地旅游区

C线：城区（中国茶都）——洪恩岩景区——骑虎岩景区——铁观音发源地旅游区

* 二日游推荐线路

D1：清水岩风景区——湖头古镇（李光地故居）——文庙特色街区

D2：洪恩岩景区——铁观音发源地旅游区——中国茶都

2. 中远期旅游线路策划

(1) 对原近期一日游、二日游线路的优化调整

* 一日游线路

A线：清水岩风景区——湖头古镇——海峡茶博园

B线：清水岩风景区——海峡茶博园——文庙特色街区

* 二日游线路

D1：清水岩风景区——湖头古镇

D2：紫云山风景区——铁观音发源地旅游区——茶海明珠旅游区——海峡茶博园

(2) 针对细分市场的线路策划

1) 面向海西地区的目的地旅游线路

* 茶文化游

清水岩风景区——铁观音发源地旅游区——茶海明珠旅游区——海峡茶博园

* 宗教朝圣游

城隍庙——清风洞景区——清水岩风景区——湖头古镇——铜锣古寨——保生大帝旅游

区

* 山水生态游

A：云中山风景区——海峡茶博园

B：洪恩岩景区——骑虎岩景区——铁观音发源地旅游区——紫云山风景区

C：紫云山风景区——犀山景区——茶海明珠旅游区

* 休闲度假游

A：温泉世界——茶海明珠旅游区——犀山景区——海峡茶博园

B：湖头古镇——云中山风景区——清水岩风景区——佛仔格温泉度假村——海峡茶博园

* 名宦先贤踪迹游

詹敦仁纪念馆——廖公祠——林嗣环文化园——李光地旧衙——贤良祠——莫耶故居

2) 面向海西地区之外的国内旅游线路

A: 鼓浪屿——南普陀寺——清水岩风景区——海峡茶博园

B: 开元寺——清源山——清水岩风景区——湖头古镇——茶海明珠旅游区——海峡茶博园

3) 面向境外的旅游线路

* 中国茶文化之旅

杭州双峰茶村——梅家坞茶文化村——龙井村——武夷山茶洞——海峡茶博园——铁观音发源地旅游区——茶海明珠旅游区——厦门鼓浪屿

* 宗教朝圣之旅

A: 清水岩风景区——海峡茶博园——佛仔格温泉度假村

B: 海峡茶博园——保生大帝旅游区——汤内坂温泉山庄

C: 安溪城隍庙——海峡茶博园——温泉世界

三、旅游节庆规划

1. 中国茶文化旅游节

利用安溪是乌龙茶（名茶）之乡、铁观音发源地和中国茶都的美誉，规划继续办好已有的“中国茶文化旅游节”，以茶文化旅游节为平台，在国际、国内进一步树立安溪形象，推动安溪茶产业经济，发展安溪旅游事业。茶文化节的主要活动有：安溪乡亲联谊会、海峡两岸茶文化交流会、海峡两岸茶机具博览会、中华茶产业国际合作高峰会、安溪铁观音神州行、中国茶叶博览会、茶王赛、斗茶会、茶艺表演、茶业贸易、茶工艺品贸易等。

2. 清水祖师迎春绕境

清水祖师迎春绕境民俗，相传始自宋代，盛于明代，一直延续至今。规划利用这一民间节会，丰富内涵，提高办节质量，将其打造成我国著名的民俗旅游节庆。绕境期间可开展相关内容的活动，如清水祖师文化国际研讨会、传统的祭典及民俗表演活动等。

3. 城隍会

安溪民间曾有为城隍庙祀奉的“清溪显伯佑主”，举行迎傩巡城仪式，名为迎傩盛典或城隍会。依此传统，举办城隍盛会，丰富其内容，成为安溪三大旅游节庆之一。城隍会期间，除城隍巡城外，可开发形式多样的民间节庆活动，如庙会娱乐、商贸交易、文艺表演等。

第九章 旅游市场开发

一、客源市场定位

1. 不同级别的市场定位：由游客数量定位

——国内市场

* 一级市场：以安溪及厦门、泉州、漳州为主的闽南金三角地区短程宗教朝圣、休闲度假、生态观光旅游市场。

* 二级市场：福建、广东、江西等地区生态观光、宗教朝圣、茶文化体验旅游市场。

* 机会市场：华东、华南地区及全国范围内的专项旅游及会务旅游市场。

——海外市场

* 一级市场：台港澳、东南亚国家的宗教旅游客源市场及商务旅游客源市场。

* 二级市场：赴粤、赣等周边地区的境外客源市场。

* 机会市场：国外组团的专项旅游客源市场及生态民俗旅游客源市场。

2. 不同阶段的市场定位：由游客类型定位

* 2011-2015年，以宗教朝圣及商务旅游市场为主，周末茶文化、观光市场为辅。

* 2016-2020年，以平日生态观光、茶文化体验、商务、朝圣及周末休闲市场为主，度假市场为辅。

* 2021-2030年，观光、休闲、朝圣、商务、度假市场全面发展。

二、市场开发理念与战略

1. 市场开发理念

改变原先单一化的旅游产业及景区营销的观念，成立旅游宣传营销队伍，对安溪县的旅游产品及全县进行整体包装与宣传；加强与厦门、南安、永春、漳平、华安等周边区域的旅游联合促销，共同打造旅游市场吸引力；加强各旅游景区之间的联动促销，即在景区内主动宣传兄弟景区的产品，做到相互宣传、推介，扩大游客在安溪的游览范围，延长逗留时间。

2. 市场开发战略

根据市场特点，对客源市场进行分层营销，确定不同阶段的开发重点。

第一阶段（2011-2015年），重点开发以安溪及厦门、泉州、漳州为主的闽南金三角市场

和海外一级市场。

第二阶段（2016-2020年），在巩固第一阶段市场开发成果的同时，全力出击整个二级客源市场。

第三阶段（2021-2030年），重点开发整个三级客源市场。

三、市场开发策略

1. 市场调研策略

* 建立市场调研的长效机制与管理。

* 扩大调研对象的范围，主要可以通过对合作伙伴的调研、海外买家产品定位调研及合作预期调研、国内企业合作深度访谈调研等来实现。

* 细化调研内容，通过对旅游市场认知调研、旅游产品需求调研及高端市场消费行为调研等了解目标消费群的旅游需求。

2. 定制营销策略

——针对不同市场营销内容差异化

* 针对安溪本地——重点推介清水岩风景区、茶博园、云中山风景区、湖头古镇等景区，强调安溪旅游的生态性和文化性。

* 针对厦、泉、漳为主的闽南金三角地区——重点推介茶博园、清水岩风景区、温泉世界、天湖旅游生态休闲中心、紫云山风景区、茶海明珠旅游区、云中山风景区等，强调安溪旅游的文化性、传统性、生态性。

* 针对全国市场——重点推介茶博园、铁观音发源地旅游区、茶海明珠旅游区、清水岩风景区、紫云山风景区等，强调安溪既有文化性、生态性，更具闽南民俗特征的地域性、传统性。

* 针对东南亚境外市场——重点推介清水岩风景区、城隍庙、保生大帝旅游区、茶博园、茶海明珠旅游区、紫云山风景区等景区点，强调安溪旅游的文化性、生态性、舒适性和安全性，用朝圣、民俗和生态旅游吸引境外游客。

——针对不同市场的营销手段差异化

* 针对安溪及厦、泉、漳地区市场：当地媒体、户外广告、景区联动、现场咨询等。

* 针对东南地区市场：设立旅游推介机构、当地主要媒体、参加当地旅游节或交流展会等。

* 针对全国市场：联系国内主要媒体进行宣传、参加全国性有关节庆活动等。利用安溪人在全国各地开设的 6000 多家的茶庄、茶店、茶艺馆，店铺里面摆放安溪旅游宣传资料，实现茶商品与安溪旅游的一体化营销。

* 针对港澳台及东南亚海外市场：以血缘佛缘，巩固和扩大台港澳、东南亚华侨华人市场；以茶文化为媒，开拓日本、韩国及欧美市场。

3. 广告宣传策略

(1) 在广告形式上

* 安溪及厦、泉、漳地区：当地各类媒体的景点广告，高速公路固定广告，景点单片广告，市内广告牌、广告灯箱、彩旗等。

* 东南地区：当地主要媒体广告，高速公路固定广告，闹市中心、空港、车站、公共场所的广告牌、广告灯箱等。

* 全国市场：全国专业媒体广告，公共场所的广告牌、广告灯箱等。

(2) 在广告投放量上

表 9.1 阶段广告投放数量比例表

阶段	投放地区	媒体组合	广告投放量
第一阶段 (2011-2015)	安溪本地	广播电视、本地报刊杂志、网络促销、焦点广告	30%
	厦、泉、漳地区	广播电视、本地报刊杂志、网络促销	70%
第二阶段 (2016-2020)	安溪本地及厦、泉、漳地区	广播电视、本地报刊杂志、网络促销、户外广告、直邮广告、焦点广告	50%
	浙南、赣东、粤东地区	广播电视、报刊杂志、网络促销、焦点广告	20%
	全国其他省市	广播电视、报刊杂志、网络促销、声讯广告	10%
	港澳台及境外东南亚市场	广播电视、报刊杂志、网络促销	20%
第三阶段 (2021-2030)	安溪本地及厦、泉、漳地区	广播电视、本地报刊杂志、网络促销、直邮广告、户外广告、焦点广告	30%
	浙南、赣东、粤东地区	广播电视、本地报刊杂志、网络促销、户外广告、焦点广告	30%
	全国其他省市	广播电视、报刊杂志、网络促销	20%
	港澳台及境外东南亚市场	广播电视、报刊杂志、网络促销	20%

4. 网络宣传策略

加强旅游网站建设；与携程等国内外著名旅游信息网站合作；建设旅游电子地图；增强网站的互动性、参与性，建立相应信息沟通社区；完成英、日、繁体中文等多版建设。

5. 新闻专稿策略

成立安溪县旅游新闻中心，设立专职旅游记者与通讯员，用文字稿或图像稿、摄影稿等形式，在全国主流媒体上对安溪旅游业进行立体的、全方位的报道宣传。

6. 展会营销策略

参加全国性旅游展会，举办旅游展会，散发资料、现场咨询、模型展示、歌舞表演等，对客源地居民进行面对面的沟通营销。

7. 现场咨询策略

在安溪旅游咨询中心、景区游客中心，接受游客对安溪县旅游产品、交通等情况的咨询；在安溪铁观音海内外经销点设立安溪旅游咨询柜，对当地游客宣传介绍安溪旅游。

8. 旅行商营销策略

包括邀请旅行商来安溪县踩线，现场考察安溪县旅游产品与旅游环境，并免费为代理商工作人员进行有关安溪旅游知识的培训。

9. 政府营销策略

县领导率团赴主要客源地推介安溪旅游产品；组织本县旅游企事业单位参加全国国内旅交会、旅游资源及旅游产品展会；组织本县各旅游企事业单位，奔赴客源国（地）促销；参与泉州旅游节、中国厦门国际旅游节等主要客源地节庆，利用花车等形式宣传安溪旅游；通过举办或参加异国他乡茶王赛、茶艺表演等活动，实现茶叶市场与旅游市场的共同拓展。

第十章 安全防灾规划

一、消防规划

制定严格的用火管理规范，明确游客用火范围、时间、地点和活动项目，设置防火道、防火墙，旅游旺季加强流动哨巡逻，保障景区消防安全。

二、防雷规划

景区内建(构)筑物、弱电设施的防雷装置要严格按照相关设计规范要求配备齐全；定期检测维护景区内防雷装置，发现安全隐患及时整改；建立气象信息接收终端，提醒游客注意防范雷电。

三、防地质灾害规划

做好景区地质灾害调查工作，安排专人负责安全巡查，在地质灾害隐患点设置警示标识，提高游客的安全防范意识。构筑地质灾害防灾预警体系，开展地质灾害预报。

四、抗震防灾规划

所有新建、改扩建工程必须严格按标准进行抗震设防，新建工程要做到“小震不坏、中震可修、大震不倒”。

五、旅游安全与防范规划

制定各景区旅游安全与防范措施(细则)；各景区入口处设立宣传栏，张贴安全注意事项和防范措施；各景区内凡涉及到游客人身安全的区域应设置防护设施和提醒标志；景区内悬空栈道、溜索等设施质量合格，定期检验，使之始终处于运行正常状态，无安全隐患的完好状态。建立专职巡警队负责游客人身财产安全。

第十一章 规划实施的政策支持和保障措施

一、体制机制保障

1. 成立大旅游行业管理机构

俟条件成熟，成立旅游资源与旅游产业、旅游服务一体化的大旅游行业管理机构，增加人员编制，健全功能，以适应大旅游、大产业发展的需要。

2. 建立旅游项目会商协调机制

强化县、乡镇及有关部门的旅游项目会商协调机制，包括新建、扩建和改建的旅游景区点、游乐设施、旅游饭店、农家乐等旅游项目，项目主管或辖地政府部门，应组织有旅游部门参加的项目立项会审，对拟立项项目旅游部门可行使一票否决权，以确保旅游项目的有序开发建设。

3. 制定旅游企业开张经的前置行业资格审查制度

景区（点）、饭店、旅行社等旅游企业开张经营，应通过旅游局组织的前置行业资格审查，以规范企业经营，确保旅游服务质量。

4. 强化和完善政府行业管理与业务指导职能

按国家、省市有关法规政策及标准，规范、督促旅游企业生产经营活动；完善旅游职业道德规范，建设诚信旅游；建立并完善综合执法体系；指导旅游企业建设内部管理制度；帮助旅游企业规范服务内容、程序和标准；发动组织旅游企业参加“福建省百佳诚信旅游企业”、“福建省文明风景区”、“市级青年文明号”等活动的评比。

5. 提高政府旅游职能部门的社会服务能力与水平

公布旅游咨询、投诉电话，及时接受、处理旅游咨询、投诉事件。

6. 做好相关规划与旅游规划的衔接

在安溪城镇规划、交通规划、土地规划、文化规划、乡村规划、服务业规划等行业规划中，充分考虑旅游发展的需求，并做到与本规划的衔接与一致性。

二、政策法规保障

制定产业优先政策、产业优惠政策、产业规范政策、产业开放政策等四大政策，四大政策的具体措施详见下表：

表 11.1 政府法规保障具体措施

产业优先政策	产业优惠政策
1. 由旅游发展而引起地区地产升值或房产增收的, 应通过某种形式补偿旅游业 2. 对旅游规划确定的旅游区用地, 其土地出让收入部分, 先收后返, 主要用于旅游景区的基础设施建设 3. 对旅游景区、主要旅游交通干线沿线、主要服务站点、口岸进行空间管制, 在建筑高度、标识服务、功能设施、环境卫生、文化特色等方面提出原则性要求	1. 对规划内的旅游项目进行投资开发的, 3 年内免征所得税 2. 凡投资于安溪旅游基础设施建设, 投资额超过 5000 万元人民币的, 可向税务部门申请所得税长期减免, 或特许加速折旧 3. 凡在安溪注册经营的旅游企业, 其在免税期内发生亏损, 可在免税期满后, 按国家有关规定实行结转亏损 4. 凡在安溪开发旅游项目(产品), 其建设配套费中属地方征收的, 实行减半征收, 一般性项目进行改造需征地建设的, 属地方征收的建设配套费可缓交 1—2 年 5. 在水、电、气收费方面, 旅游饭店享有与普通工商企业的等同政策。 6. 鼓励和支持企业实施品牌战略, 对积极创建 3A 级以上旅游区或工农业旅游示范点的景区、改建、新建的高星级酒店、获得国家工商总局认定的驰名商标、福建省著名商标、泉州市知名商标的旅游企业给予奖励。
产业规范政策	产业开放政策
1. 制定《安溪县旅游商品购物点质量等级划分与评定》标准, 开展旅游商品购物点的星级评定 2. 制定农家乐标准 3. 建立农家乐“准入——建设——经营——评估”四个环节相互衔接的监管制度 4. 实行农家乐特色村和星级经营户申报认定制度	1. 制定政策, 对组织来本县旅游的旅行社、购物旅游区商品销售业绩突出的企业等进行奖励 2. 通过政企分开、股份制改造及景区特许经营制度等多种途径, 推动景区经营市场化。 3. 吸引外商兴办饭店或旅行社 4. 鼓励并扶持有实力的企业走出去, 在外地设立办事处, 开办旅行社, 经营管理宾馆饭店及其他旅游项目和业务

三、环境生态保障

坚持保护生态、预防为主、因地制宜、协调发展的原则, 建立起一个保障旅游产业大发展的生态环境保障体系; 自然生态资源环境保障体系构建的重点是重要景区和旅游交通沿线的生态建设, 及其周边的污染治理; 建设生态型景区, 旅游饭店、旅游交通实行生态型经营生产。

四、资金投资保障

按照政府建设基础和优化环境、市场运作经营性项目、社会参与发展、金融推动孵化的原则，从以下六个方面强化资金保障。

1. 组建安溪县旅游发展集团公司，培育旅游项目投融资平台

集团公司主要承担五项功能：作为信贷主体推进银旅合作，加快旅游项目配套基础设施建设步伐；作为法人主体，将政府投资固化为有增长能力的国有资产，形成发展资本；作为项目孵化机构，进行前期协调和建设，然后将成熟的项目转让给商业投资机构，加快建设步伐；作为融资机构，吸纳企业和社会资金形成融资——投入——收益——再融资——再收益——再投资——再收益的经营运行体制。

2. 拓展资金流入渠道，吸引各种开发建设资金

争取国债资金项目，发挥国债资金的“粘合剂”作用，吸纳、融合、筹措地方配套资金和外地资金引爆旅游经济；争取各级银行对旅游项目建设提供资金扶持，优惠贷款，优先安排贷款，以鼓励和调动旅游招商的引入；积极鼓励和支持民营资本、社会资金投入旅游业。

3. 加大招商引资力度，引进战略性的旅游投资者

推出一批景区、宾馆、餐饮、交通等商业性的旅游投资项目，积极引进国内外大旅行商、著名酒店管理集团等战略投资者。通过引进战略投资者，引进观念、管理、技术、渠道、人才和市场。为招商引资制定措施，改革管理体制，加强对企业的服务，改善投资环境。

4. 建立强有力的协调机制，整合相关渠道建设资金

整合不同渠道资金，加快旅游配套基础设施和环境建设，抓住加大新农村建设、生态环境建设、城市基础设施建设、交通建设、文物保护、文化发展等机遇，优先向旅游相关领域投入，整体优化和改善相应环境。通过贷款贴息、小额担保贷款等优惠政策，鼓励社会投资。

5. 设立旅游产业发展专项资金，强化财政扶持

县财政每年核拨一定数量的旅游专项资金，列入年度预算。每年旅游专项资金约为当年旅游总收入的2%—5%左右。旅游专项资金用于旅游宣传、市场促销、完善旅游公共基础设施、编制专项旅游规划、扶持旅游企业发展、开展旅游工作考核和创建旅游经济强镇、特色旅游村的补助奖励。

6. 设立乡村旅游发展专项补助金

设立乡村旅游发展补助金，重点扶持与农民增收直接相关的、以农户家庭为基本经营单位、依托农家自有房屋等生产生活资料创办的节地型“农家乐”。有关乡镇配套资金不少于县

财政扶持资金的50%，各金融机构提供“农家乐”等乡村旅游发展所需的小额信贷，为发展乡村旅游业提供信贷支持。

五、人力资源保障

1. 加强旅游教育培训

建立与行业管理相结合的教育培训制度，逐步完善和加强旅游人才培养与行业管理相结合的有关政策，把旅游培训与饭店评星、旅行社管理、导游管理、旅游景区（点）评定、旅游专业人才等级认定等紧密结合，实施培训达标制度。

2. 重点培养紧缺人才

建立一支精通外语、了解国际旅游市场需求、深谙国际旅游业运作与管理规则的旅游职业经理人才队伍；培养目的地或旅游区营销与产品策划人才及会议展会策划、营销与管理人才；培养一批懂马来语、韩语等小语种和英语的导游人才，造就一支素质过硬的导游员队伍。

3. 加强企业、行业与高校联合培训

建立旅游培训中心，构建由旅游培训中心、旅游院校、旅游行业协会、旅游企业、境外教育培训机构等多方面参与的人才培养与开发工作机制，形成联合培养、互助合作、海外深造等多渠道人才开发模式。

4. 培育旅游人才市场

建立旅游人才交流中心、导游服务中心，培育专门的旅游企业职业经理人市场、导游人才市场和培训师资市场，确保旅游业持续健康发展的人才支持。

第十二章 近期行动路线

近期通过成立大旅游行业管理机构、建立安溪县旅游发展集团公司等各项举措，创优旅游开发环境，有序推进全县旅游发展总体规划的逐步实施。

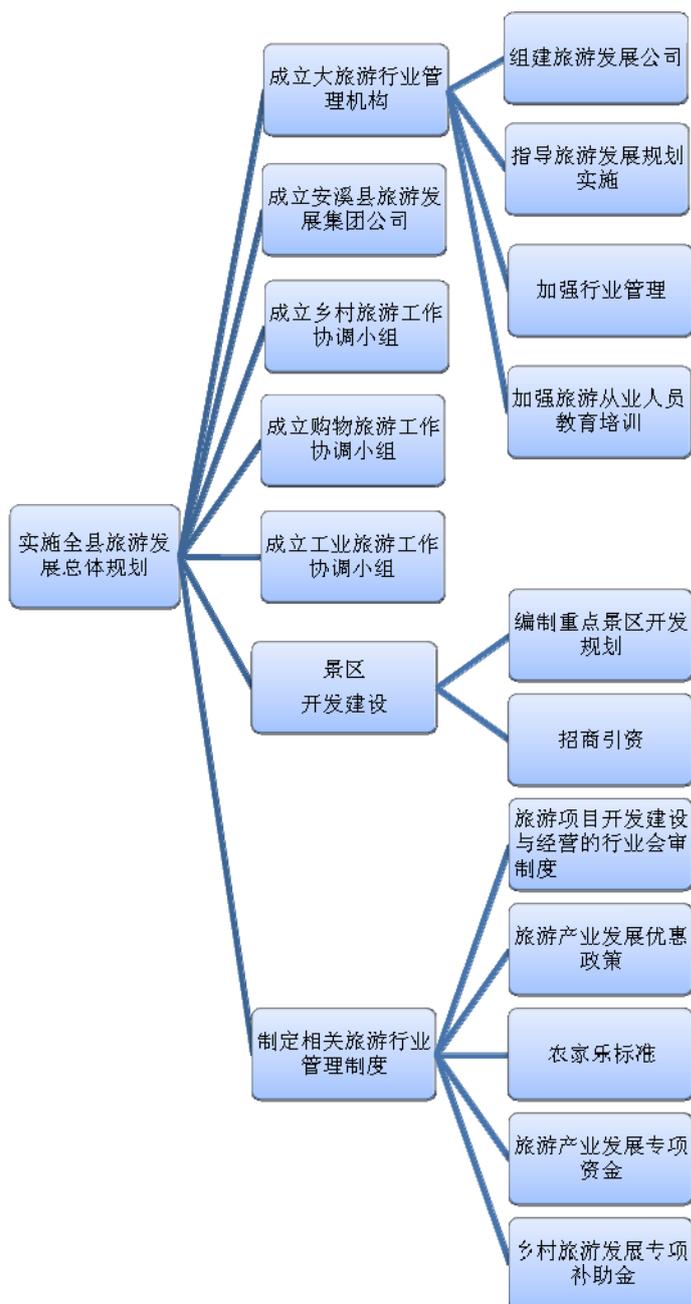


图 件