

目 录

序论：西海湖岛旅游开发的战略思考_____ 1

第一章 规划总则_____ 5

第二章 开发条件分析_____ 8

第三章 旅游市场分析_____ 15

第四章 战略定位与布局_____ 21

第五章 项目设计_____ 27

第六章 专项规划_____ 77

第七章 投资运营_____ 95

专题：世界知名湖泊旅游发展模式研究与经验借鉴_____ 101



序论：西海湖岛旅游开发的战略思考

- 一、江西省旅游发展瓶颈与战略思考——山湖联动助力江西省旅游涅槃腾飞
- 二、庐山西海旅游的问题剖析与破局思路——湖岛旅游引领下的整合发展构想
- 三、西海湖岛旅游开发的关注焦点——系统化湖岛旅游产业发展的战略构想



一、江西省旅游发展瓶颈与战略思考 ——山湖联动助力江西省旅游涅槃腾飞

（一）江西省旅游发展现状

1、江西省旅游发展总体概况

江西省旅游业发展势态良好，现有国家5A级旅游景区2家，4A级旅游景区17家，3A级旅游景区5家，尤以四山一湖（庐山、三清山、井冈山、龙虎山和鄱阳湖）为最。旅游收入居全国前列，其红色旅游、生态旅游、乡村旅游等均有较高的知名度。

2、江西省旅游发展瓶颈分析

旅游产业亟待转型升级——观光旅游仍是江西省旅游的主导产品，休闲度假及其他专项旅游产品开发深度和广度不够，旅游产业与其他产业（如金融、房地产、会展、创意文化等）融合发展不足，旅游产业亟待萌发新一轮的转型升级。

区域旅游合作欠佳——江西省旅游资源开发潜力巨大，且各有千秋，具有很强的互补性。但目前各区域之间还缺乏密切的沟通和联系，无法形成信息共享、合理分工、市场联动、合作双赢的局面。

周边省份竞争激烈——江西省与浙江、广东、福建、安徽、湖北、湖南等几个旅游大省相邻，存在旅游资源雷同、市场互相竞争的现象。要想从中脱颖而出，必须打破江西省现有的旅游格局，整合资源，合力经营，在区域大环境中争得一席之地。

表0-1 江西省知名景区（点）列表

类别		名称
自然 景区	山地型	庐山、三清山、龙虎山、井冈山、云居山、梅岭、龟峰
	湖泊型	鄱阳湖、仙女湖、柘林湖
人文 景区	红色型	井冈山革命根据地、南昌八一起义纪念馆、秋收起义广场、瑞金中共苏维埃政府旧址、九江庐山中共会议旧址
	乡村型	婺源
	历史城镇型	南昌、九江、抚州、吴城、景德镇

（二）庐山西海湖岛资源在江西省旅游中的地位与角色

1、生态湖岛

江西省拥有众多的世界级、国家级的知名旅游品牌，而庐山西海旅游发展的起步较晚，其生态环境绝佳，千岛一湖的胜景在江西省乃至全国都是难得一见的。利用庐山西海的珍贵湖岛资源与其他省内旅游区联动发展，将成为江西省重要的一个新的旅游增长极。

2、战略高地

庐山西海作为环鄱阳湖生态经济区的重要组成部分，其地位在江西省的两个“国家战略”中不可替代。

一是在环鄱阳湖生态经济区发展战略中的地位不可替代。国务院专家组考察西海后指出：“全国生态看江西，江西生态看鄱阳湖，鄱阳湖生态看西海”。

二是在江西省建设旅游大省的战略地位不可替代。在“江西省旅游产业发展‘十二五’规划”中提到要将西海国际养生休闲度假旅游区建成国际著名的会议中心和养颜养生胜地，将与鄱阳湖、庐山一起构成赣北旅游金三角。

（三）第三代湖泊旅游带动江西省旅游升级发展

1、区域联动下的品牌升级

西海可借势庐山，与庐山加强沟通、协调与配合，充分发挥“庐山”品牌效应，同时与其他知名景区进行联合营销，共同提升江西省整体品牌形象。

2、多极发展下的产品升级

江西省现已形成红色旅游、山地旅游、湖泊旅游、乡村旅游多级发展的格局，西海湖岛旅游正逐步凸显其蓬勃生机，未来将带动江西省养生休闲度假产品向高级发展，成为江西省多格局中重要的一级。

3、度假趋势下的产业升级

西海凭借其优良的生态、一湖千岛的独特资源优势，能够创造更高层次的度假生活方式。通过深入开发与旅游产业相关的休闲度假、康体养生、运动娱乐、科普教育等产业，推动整个江西省旅游产业新一轮的转型升级。



二、庐山西海旅游的问题剖析与破局思路 ——湖岛旅游引领下的整合发展构想

（一）庐山西海风景区核心资源解读

庐山西海风景名胜区拥有柘林湖、云居山、真如禅寺、水库土坝、原始类水母化石群、虚云塔林、云门寺、圆通寺、温泉、飞瀑、峡谷等众多自然和人文旅游资源，其核心旅游资源可概括为“一山一湖”。

一山——云居山

云居山以其奇秀天成的自然风光和历史悠久的佛教禅宗著名道场，而被人们誉为“云岭甲江右，名高四百洲”、“冠世绝境，天上云居”。山上的真如禅寺是佛教禅宗曹洞宗发祥地，为全国佛教“三大样板丛林”之一，是国家重点开放寺庙。

一湖——柘林湖

柘林湖得天独厚，碧波万顷，湖光潋滟，湖内大小岛屿数千个，错落有致，环湖峰峦叠嶂，古木参天，满目葱茏，堪称“稀世珍宝”。

“一山”坐拥世界级的禅修中心，“一湖”具备罕见的千岛落珠奇观和优良生态，二者组合成为游客养生、休闲、娱乐、度假的好去处。

（二）庐山西海旅游的发展现状与问题

1、禅文化产品衍生不足

云居山主打真如禅寺的禅修文化，以参观寺庙为主要旅游方式，与禅文化有关的旅游产品极为欠缺。实际上，禅与休闲度假旅游相互融合，能够形成很多种特色产品：禅意养生馆（禅与养生）、禅意会所（禅与商务）、禅意酒店（禅与酒店）、素食禅斋（禅与餐饮）、禅意度假村（禅与度假）、禅意表演（禅与游乐）、禅意栖居（禅与居所）等等。

2、湖岛旅游开发滞后

目前西海湖岛区域的景点大部分还停留在资源初期开发阶段，且形式和内容上与周边地区（如仙女湖、陡水湖）的开发模式极其相似，规模小、可游性、可参与性不强。尤其是旅游资源的开发流于表面，缺乏独特的文化内涵。此外，岛上可游览、体验的旅游项目有限且层次较低，无法满足游客的多种需求。

3、龙头效应不明显

人类天生具有亲水性，西海湖岛的生态环境是最具吸引力的资源，近年来成为江西省十大旅游新名片之一，其旅游形象和品牌逐渐被认可。但是西海湖岛的龙头效应并不明显，仍旧笼罩在江西省几大重要知名景区的阴影下，对旅游经济的拉动作用也十分有限。

（三）湖岛旅游对庐山西海整体旅游发展的引领作用分析

1、观光中心

纵观国内岛群式旅游区的开发都是以滨湖地带为休闲度假配套设施集中布局区域，而岛群中心因为离腹地较远，又是保护核心，不适宜布局大体量的休闲度假设施。因此，规划区在庐山西海风景区内的首要角色就是观光核心，是游客必到的游览区域。

2、游乐中心

从湖岛利用功能上，应充分挖掘水与岛之间特殊的空间关系，生成与陆地上完全不同的体验型项目。成为庐山西海风景区无可替代的游乐中心。

3、休闲中心

岛群因为距离腹地较远，具有特殊的静谧环境氛围。适宜开展静态型、品质化的休闲项目。



三、西海湖岛旅游开发的关注焦点 ——系统化湖岛旅游产业发展的战略构想

从目前西海湖岛旅游开发的现状来看，已开发的岛屿经历了短期的人气增长之后迅速处于衰退期，湖岛旅游并未形成可持续的产品吸引力。通过对湖岛旅游开发现状的分析，湖岛旅游应从三个层面转变发展思路。

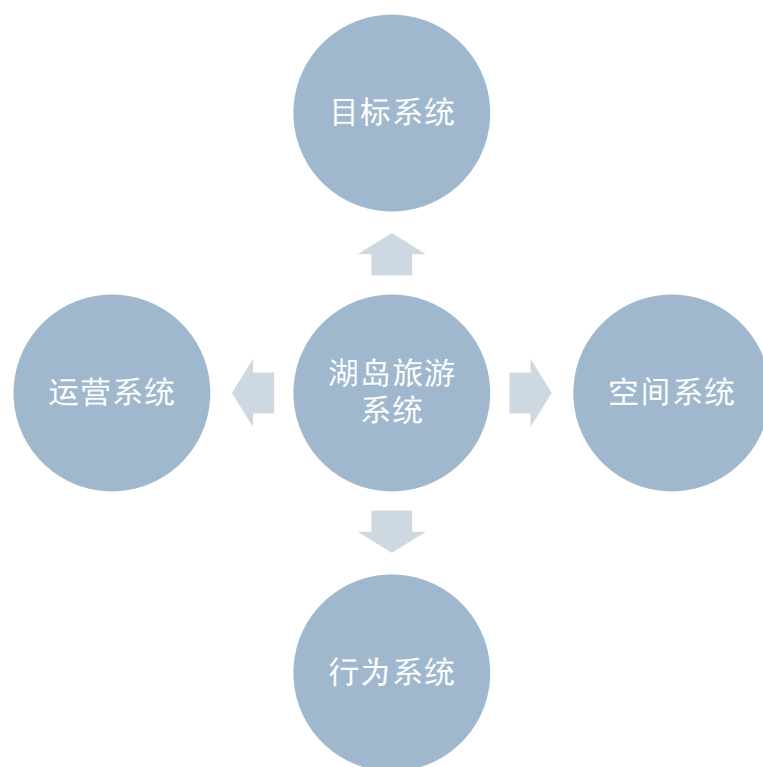
首先，转变单纯的一岛一主题的发展思路，应从湖岛整体旅游的角度把握湖岛旅游产品开发，形成产品之间的互动发展；

其次，转变就岛屿论岛屿的发展思路，应将湖岛旅游纳入到西海风景区整体旅游的角度把握湖岛旅游的定位和发展目标；

最后，转变就旅游论旅游的发展思路，应将湖岛作为庐山西海大旅游产业的核心组成部分，形成湖岛大旅游的宏观发展格局。

基于以上三个层面的思路分析，西海湖岛旅游开发应突破传统湖岛旅游开发模式，打造“西海模式”，成为国内湖岛旅游开发的典范。

“西海模式”的核心在于系统化的湖岛旅游产业开发，着重从目标系统、空间系统、行为系统、运营系统四个方面构建开发架构。



（一）目标系统

——如何处理湖岛分期目标与风景区总体目标之间的关系

从庐山西海风景区的发展愿景来看，度假产业是总体发展导向。西海湖岛旅游如何在庐山西海整体发展趋势下确立自身的发展目标，并且根据不同发展阶段制定合理的分期开发目标，是指引湖岛旅游成功开发的关键问题。

（二）空间系统

——如何处理湖岛空间与风景区整体空间结构的关系

湖岛旅游应跳出湖岛空间的局限性，从风景区整体空间的视角审视湖岛旅游开发。从空间的维度看应着重处理好三个层面的空间关系，一是岛屿与水的空间关系，二是岛屿之间的空间关系，三是岛屿与南、北旅游集镇的空间关系。

（三）行为系统

——如何处理目标市场与游客行为之间的关系

以目标市场的特征与需求为基础，并以游客行为方式为切入点打造旅游产品体系。行为系统的构建包括两个层面内容，一是湖岛之间的行为方式设计，二是风景区内的行为方式组织。

（四）运营系统

——如何处理多种收益方式之间的关系

西海湖岛旅游开发应从运营产业的视角构建旅游收益系统，收益系统包括门票收益、项目运营收益、运营权转让收益等多种收益方式。如何处理各种收益方式之间的关系，是实现湖岛旅游产业有机发展的关键。

第一章 规划总则

- 一、规划目的
- 二、规划范围
- 三、规划期限
- 四、规划原则
- 五、规划依据



一、规划目的

为了实现将庐山西海风景区打造成为“江西省最热、中部叫响、国内一流、世界知名”旅游目的地的战略目标，庐山西海风景名胜区管委会充分挖掘西海风景区良好的旅游资源，重点打造“3239”工程，即“两个旅游集镇、两个旅游码头、两条精品旅游线路的建设实施，以及9个重大项目、9个接待项目、9个旅游岛屿开发建设”。

湖岛资源作为西海风景区的精华和代表，对西海旅游的成功开发具有举足轻重的作用。为进一步明确岛屿开发的发展目标和策略，贯彻落实《风景名胜区条例》，特编制庐山西海风景名胜区湖岛旅游开发概念性规划，以指导湖岛资源的合理开发建设，并协调各专业、各部门的工作需求和规划管理的要求。

二、规划范围

庐山西海国家级风景名胜区总体规划面积为495平方公里，湖岛旅游开发概念性规划面积约为192平方公里，重点开发9个主题岛屿及相关水面。

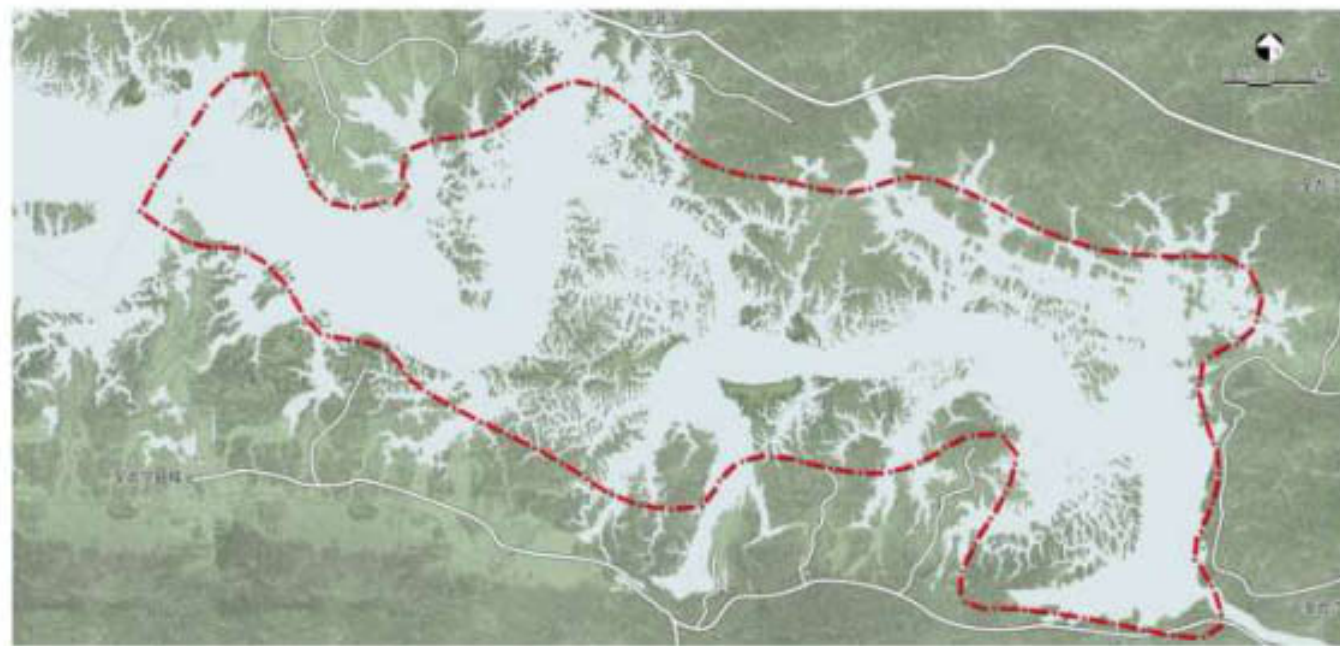
三、规划期限

庐山西海风景名胜区湖岛旅游开发概念性规划期限为8年。

一期建设期：2013-2015年，为期三年；

二期发展期：2016-2020年，为期五年；

远景展望：2021年以后。



规划范围图

四、规划原则

（一）保护与开发并重原则

良好的环境和自然生态是旅游业可持续发展的基础。绝好的生态环境是西海湖岛的魅力所在。因此，湖岛旅游的开发建设必须遵循可持续发展的原则，以资源的保护促进旅游业的发展，以旅游的发展促进资源的保护，形成开发与保护的良性循环。

（二）可操作性原则

旅游规划的编制最后是为了规划的实施，这就要求从地方经济社会背景、规划区场地条件出发，因地制宜地制定具有较高可操作性的规划。本次规划着眼于实际，力求具有较高的前瞻性，又具有较高的可操作性，为景区建设提供直接指引。

（三）阶段开发原则

由于受到资金来源、发展基础等条件的影响，景区建设必须遵循循序渐进的原则，实行阶段性滚动开发，以减少启动资金需求，降低投资风险。本次规划在确定景区旅游开发思路、项目策划与布局的基础上，着重考虑湖岛旅游交通方式、旅游码头与停靠点、旅游服务设施的安排与设计，为近期旅游基础设施建设、景区开发启动提供前瞻性思考。

（四）生态旅游与人文旅游相结合原则

生态旅游是西海湖岛旅游的主题，但没有人文内涵的景区是缺乏长久生命力的。因此，在本次规划中，在充分发挥西海湖岛生态资源的基础上，注重挖掘规划地的人文内涵，形成西海湖岛区别于其他湖泊型旅游景区的核心竞争力。

五、规划依据

（一）法律依据类

《风景名胜区条例》（2006年9月）；
《中华人民共和国城乡规划法》（2008年1月）；
《中华人民共和国水法》（2002年8月）；
《中华人民共和国环境保护法》（1989年12月）；
《中华人民共和国森林法》（1984年9月）；
《中华人民共和国消防法》（2008年10月）。

（二）有关规划和文件

《云居山—柘林湖风景名胜区总体规划（2012-2030）》；
《江西省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》。

（三）行业标准依据

《旅游规划通则》（GB/T 18971-2003）；
《旅游景区质量等级评定与划分》国家标准；
《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2003）；
《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/17775-2003）；
《风景名胜区规划规范》（GB50298-1999）；
《地表水环境质量标准》（GB3838-2002）；
《景观娱乐用水水质标准》（GB12941-91）；
《环境空气质量标准》（GB3095-1996）；
《旅游饭店星级的划分与评定》（GB/T14308-2003）。



第二章 开发条件分析

- 一、区位条件分析
- 二、资源条件分析
- 三、区域竞合关系研究



一、区位条件分析

（一）地理区位——四省交汇，近依庐山

庐山西海隶属于九江市，地处赣、鄂、湘、皖四省交界处，位于昌九工业走廊中段、修河中段、庐山西麓，地跨永修、武宁两县。

（二）交通区位——北接南连，东西贯通

1、外部交通

规划区内105、316国道和永武高速公路贯穿全境；福银高速、大广高速、京九铁路与规划区擦肩而过，九江机场、昌北机场分列两翼；规划区距南昌市区80公里、九江市区86公里、庐山88公里，武汉市区280公里、长沙市区320公里，合肥市区430公里。

航班——全国各地至南昌、九江机场转班车至西海；

火车——全国各地至南昌、九江、永修转班车至西海；

汽车——南昌洪城大市场内西客站乘车至柘林、九江汽车南站乘车至柘林、永修汽车站乘车至柘林；

自驾车——全国各地至南昌、九江上福银高速昌九段、艾城路口下至西海，或经105、316国道至西海。

2、内部交通

现柘林梦生码头为风景区的主要游客集散地。由梦生码头向各个景点发散形成了陆上和水上交通。

（三）旅游区位——潜居鄱阳，赣北一角

在江西省大旅游格局中，庐山西海是环鄱阳湖生态旅游区的重要组成部分。为推进江西省旅游产业发展，国家旅游局将环鄱阳湖生态旅游区纳入了国家战略，该旅游区将要打造成为集工业、农业、渔业、林业等产业以及红色、绿色、古色资源高度融合的旅游品牌。庐山西海旅游开发的起步较晚，具备后发优势，将与庐山共同建立“国际会议中心和山水文化休闲度假旅游胜地”品牌，再加上鄱阳湖国家自然保护区，构成赣北旅游体系中的金三角，其旅游区位优势是十分突出的。

（四）经济区位——生态先行，多区辐射

西海在环鄱阳湖生态经济区内。环鄱阳湖生态经济区是以鄱阳湖城市圈为依托，以保护生态、发展经济为重要战略构想，把环鄱阳湖生态经济区建设成为全国生态文明与经济社会发展协调统一、人与自然和谐相处的生态经济示范区和中国低碳经济发展先行区。此外，西海属九江经济区，紧邻京九、沿江两大经济带，同时受到南昌经济区、武汉经济区的强大辐射。

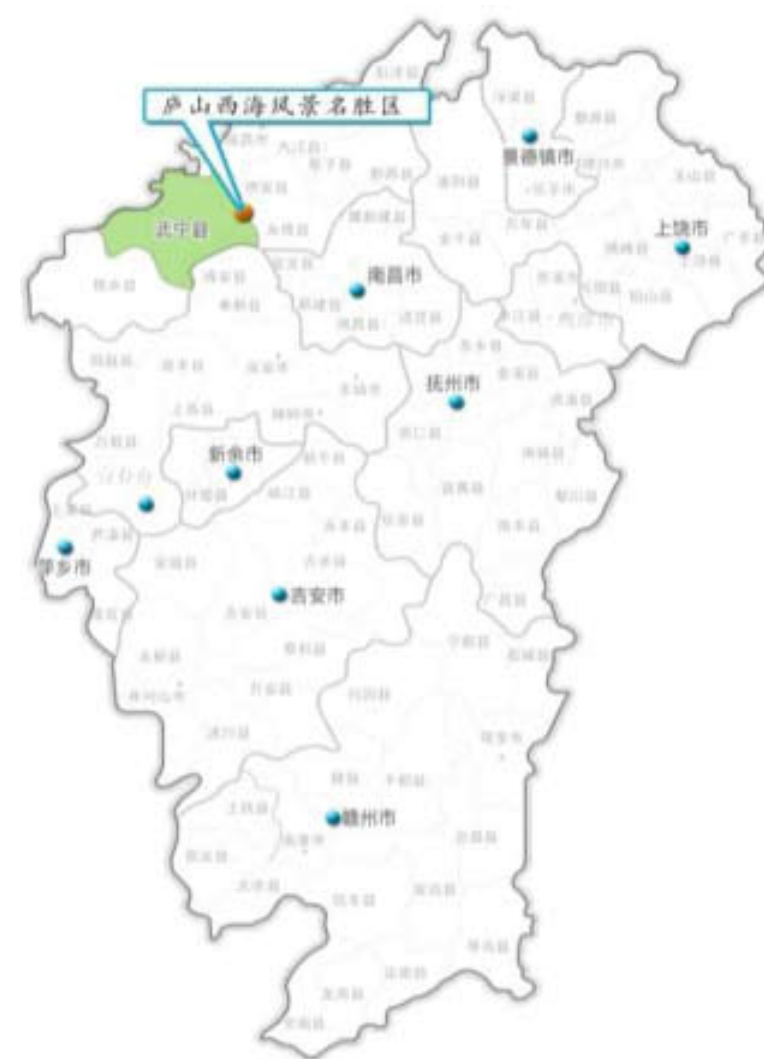
（五）文化区位——赣鄱底蕴，修河互融

西海原是修河的一条支流，70年代兴修水利工程，经土坝拦截之后形成今天的巨型水库，因此西海延续着修河流域的文化，属于赣鄱文化的分支。

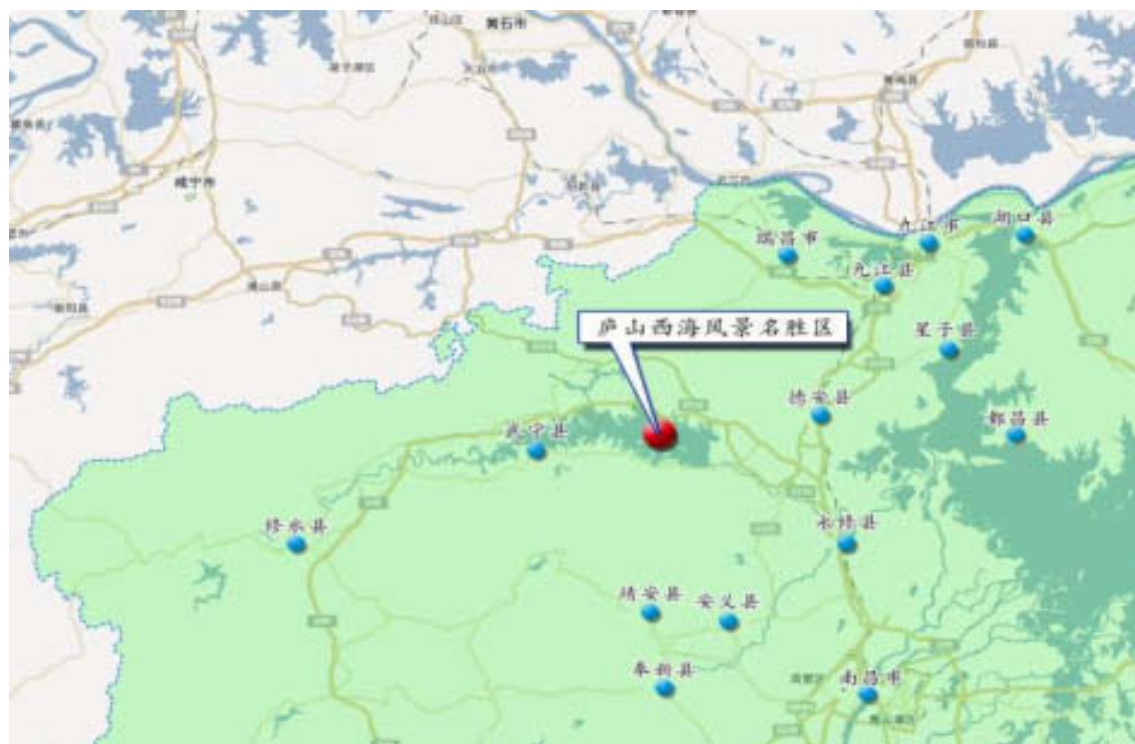
区位分析图



庐山四海在全国的位置



庐山四海在江西省的位置



庐山四海在九江市的位置

二、资源条件分析

（一）湖岛旅游资源分类

规划区范围内，湖岛资源丰富，形态各异、大小不一的岛屿达数千座，星罗棋布。根据《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2003），对规划区的旅游资源进行分类。

规划区现有旅游资源6大类、14亚类、19种基本类型，占国家统计总量（共155种）的12.2%。

（二）湖岛旅游资源开发评价

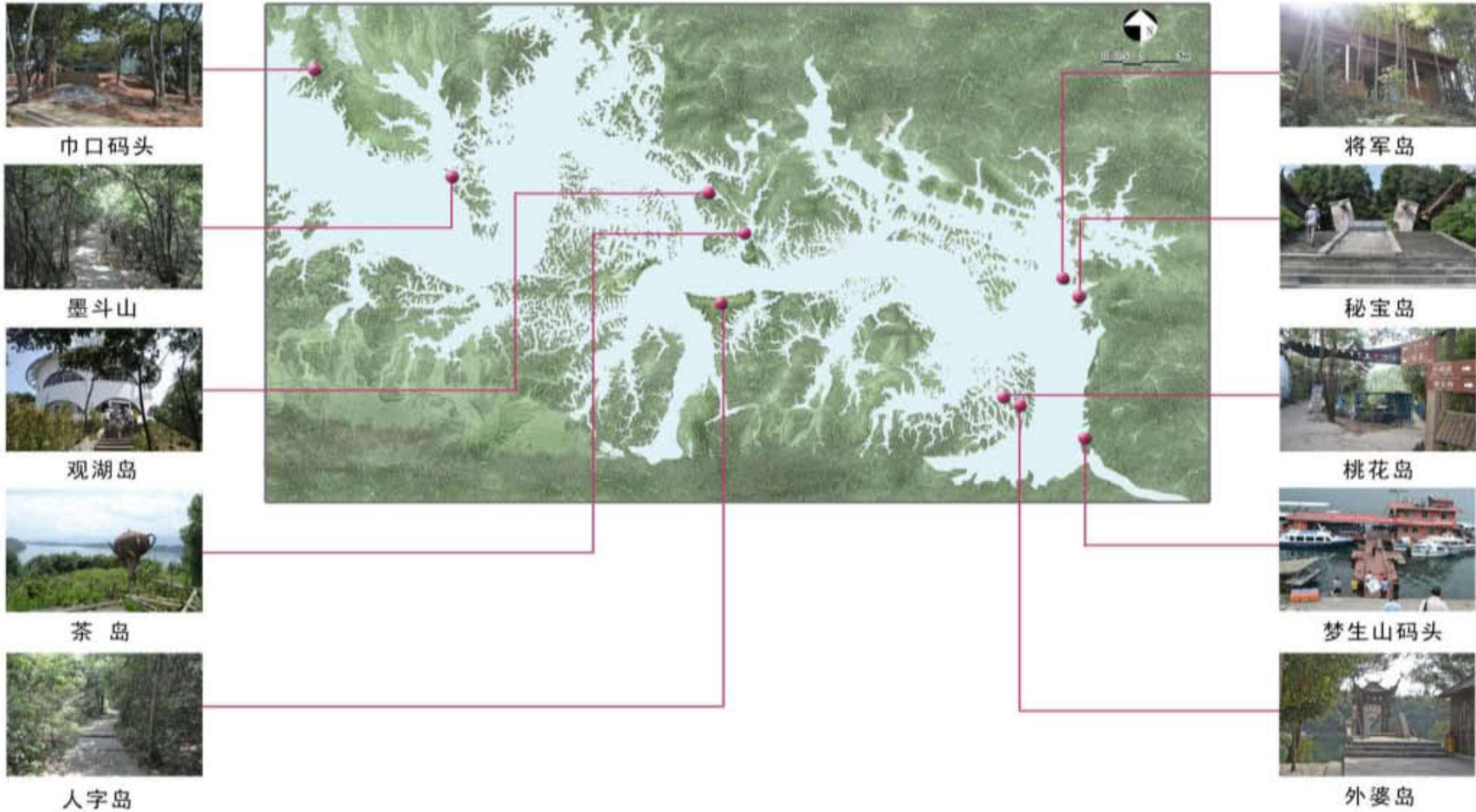
庐山西海风景名胜区由莲花城景区、青石岩景区、桃花溪景区、鹿角尖景区、百湾迷宫景区、红岩潭景区这六大景区组成，湖中区域已开发桃花岛、水浒城、鱼趣园、将军岛、秘宝岛、外婆岛、观湖岛、民俗岛、茶岛等项目，其中外婆岛、桃花岛、水浒城游览设施较为完善而成为主打游览项目，是游客必游之地，主要以观光游览功能为主，少量低端休闲体验项目为辅，均处于初级开发状态。



表2-1 规划区旅游资源列表

主类	亚类	基本类型	单体内容
A 地文景观	AA 综合自然旅游地	AAE 奇异自然现象	柘林湖
	AC地质地貌过程遗迹	ACE奇特与象形山石	孔雀石
	AE 岛礁	AEA 岛区	鱼岛、茶岛、桃花岛、水浒城、鱼趣园、将军岛、秘宝岛、外婆岛等
B 水域风光	BB 天然湖泊与池沼	BBA 观光游憩湖区	柘林湖
C 生物景观	CA 树木	CAA 林地 CAC独树	亚热带常绿阔叶林 柘林湖畔罗汉松
	CB 草原与草地	CBA 草地	柘林湖各岛野生草场
	CC 花卉地	CCA 草场花卉地 CCB 林间花卉地	各岛屿种植花卉 岛屿上野生花卉
	CD 野生动物栖息地	CDA 水生动物栖息地	桃花水母、淡水鱼
F 建筑与设施	FA 综合人文旅游地	FAB 康体游乐休闲度假地 FAD 园林游憩区域 FAH 动物与植物展示地	外婆岛等相关岛屿
	FC 景观建筑与附属型建筑	FCH 碑碣（林） FCI 广场 FCK 建筑小品	乾隆皇帝游江南留下的石刻；柘林湖外婆岛、鱼岛等岛屿上分布的相关景观建筑小品
	FF 交通建筑	FFC 港口渡口与码头	司马码头、梦生码头、巾口码头
G 旅游商品	GA 地方旅游商品	GAA 菜品饮食	全鱼宴、武宁菜、萝卜粿、油炸麻圆、鸡蛋冲水子
H 人文活动	HA 人事记录	HAA 人物	人文景观主要有明朝兵部尚书魏源墓
统计	14	19	

二、资源条件分析



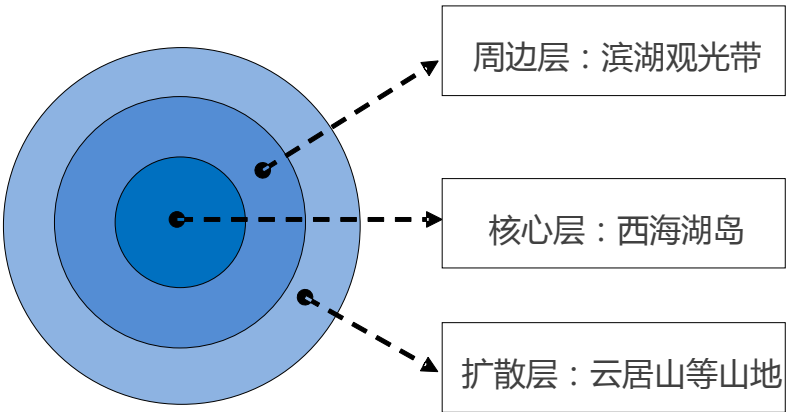
资源分析图

三、竞合关系研究

（一）西海风景区内联动关系分析

1、湖山联动

从空间上来看，以云居山为代表的山地从四周环绕着西海，通过将山地的禅文化引入到湖岛的旅游开发中，形成整个湖区文化主题，对核心层湖岛、周边层湖滨和扩展层山地进行一体化开发，树立庐山西海统一的旅游形象。



2、项目联动

近年来，庐山西海的后发优势开始显现，大型旅游项目纷纷进驻，尤其是北部的“中信庐山西海”和南部的“国际休闲欢乐世界”，给庐山西海旅游发展带来重大契机。

中信庐山西海——以“身心修养”为核心价值，构建“身心学灵”四大价值体系，主打生态契约、休闲养生、绅士运动、教育培训、禅修太极等项目；

国际休闲欢乐世界——主要建设内容包括国际会议中心、西海盐湖、西海欢乐世界、西海海底世界等特色旅游项目。

西海湖岛旅游的开发要与现有和已投产的旅游项目错位发展，并与旅游集镇、旅游码头等基础建设工程配合和对接。

表2-2 庐山西海“3239工程”与湖岛开发导向分析表

工程名称	工程概述	西海湖岛开发导向
“3个2”工程	打造2大旅游集镇：巾口、司马旅游集镇。	南北湖滨旅游集镇主要服务于陆上游客，有必要在湖岛上开辟水上游客中心，以应对湖区水域长时间周转不便的问题，完善旅游服务功能。
	建设2大综合型旅游码头：司马、巾口码头。	司马和巾口码头可分别作为湖岛旅游区的主、次入口。
	策划2条政府主导、南北循环的游湖线路。	两条游湖线路是本次湖岛旅游开发的重点内容。
“3个9”工程	9个重大旅游项目：中信庐山西海国际生态旅游度假区、庐山西海国际休闲欢乐世界、西海天堂国际旅游度假区、庐山西海国际艺术园、云居山国际禅修院、庐山西海桃花源谷、会议演出中心、庐山西海中美关系研讨会常年会址、庐山西海浪琴岛综合开发。	湖岛旅游项目的安排应与这些即将落地的项目形成差异互补。
	9个重要接待设施：江西省北戴河宾馆二期、庐山西海国际温泉度假村二期、省信用联社商学院二期、市接待中心、游客服务中心、柘林湖宾馆改造、梦幻山庄改造、云居山庄改造、庐山西海养生半岛等。	湖区周边接待设施的兴建和改造，有助于提升西海旅游区的服务级别。在本次规划中，湖岛上的度假设施要体现独特性，与岸上的度假设施形成互动发展。
	9个岛屿改造与开发建设。	为本次湖岛旅游开发的重点内容。

三、竞合关系研究

（二）环鄱阳湖生态旅游区竞合关系分析

环鄱阳湖生态旅游区内资源极为丰富，汇聚了世界知名的鄱阳湖、庐山、三清山、龙虎山、景德镇、婺源等众多旅游景区。在这个优势旅游资源聚集的区域之中，西海的湖岛旅游资源具有唯一性。庐山西海必须抓住湖岛资源特色，找准发展定位，迅速发展成为该区域的靓丽名片。

表2-3 环鄱阳湖生态旅游区竞合关系分析表

名称	品牌级别	核心吸引物	竞合关系
鄱阳湖	中国第一大淡水湖、国家湿地公园	湖光山色、湿地、野生动物、赣鄱文化	均为湖泊类旅游目的地。鄱阳湖以生态观光为核心，西海应凸显湖岛资源特色。
庐山	世界文化遗产、世界地质公园、中华十大名山之一	青峰秀峦、银泉飞瀑、佛教和道教文化、名人遗存	庐山西海可依托临近庐山的地域优势，与庐山合作营销，短期内借庐山的品牌，扩大自身的影响力。
三清山	世界自然遗产、国家重点风景名胜区	雄奇峰林、道教文化	三清山的道家文化与云居山的禅文化具有产品同质型，庐山西海应着力打造休闲湖岛，形成特色。
龙虎山	世界自然遗产、道教名山	道教文化、丹霞地貌	龙虎山是著名的山丘型旅游度假地，庐山西海应着力开发湖岛型休闲度假产品，形成差异化竞争优势。
景德镇	历史文化名城、瓷都	陶瓷技艺	可打造非物质文化遗产交流中心，以文化为媒介形成联动发展。
婺源	中国最美的乡村	民俗文化、房屋建筑、乡村田园风光	差异化的资源类型，应通过开发高品质的项目形成竞争力。

（三）国内知名湖泊旅游竞合关系分析

与国内其他知名湖泊旅游相比，庐山西海的湖岛旅游发展较为滞后。尤其是资源相似的浙江千岛湖与宁夏沙湖，将成为庐山西海的主要竞争对象。针对目前国内湖泊旅游主打自然和人文观光的发展现状，西海湖岛旅游的开发要发挥其后发优势，跨越式发展，依托良好的生态，打造全新的湖岛生活方式。

表2-4 西海与国内知名湖泊旅游竞合关系分析表

景区名称	核心优势	主打旅游项目	竞合分析
浙江千岛湖	旅游发展起步早，观光向休闲度假转型；天下第一秀水，生态环境优良，千岛资源独特；处于经济发达的长三角，位于沪-杭-甬-宁大城市2-3日游的范围内，周边有资源互补的黄山、三清山、西湖等世界遗产。	湖岛观光、漂流、森林氧吧、蜜月婚纱拍摄基地、吃湖鲜、环湖骑行、游艇、登山探险、节庆、商务会议、工业观光、休闲农园、农家乐、古道探秘	一湖千岛的旅游资源类似，所处两省地理位置临近，构成较大竞争关系。庐山西海需抓住“禅”这一特色差异做文章，开发禅文化产品，与时代转型背景之下，人们渴求心灵净化的思想相契合。短期内赶上千岛湖，远期超越千岛湖。
宁夏沙湖	江南水乡之秀丽与塞北大漠之雄浑为一体的西部罕有荒漠湿地特色景观。	沙雕园、农垦博物馆、湿地博物馆、瞭望塔、水族宫、芦苇迷津、蒙古包旅馆、西夏行宫、大漠旱舟、滑沙索道、水上运动、湖中荡舟、天然浴场等	有一定的竞争关系。沙湖奇特的自然风光在国内较为罕见，但西海的地理区位更胜一筹。西海的旅游项目需营造赣鄱水乡和休闲度假的氛围，在旅游营销上，需加大力度，提升在国内的品牌知名度。



第三章 旅游市场分析

- 一、旅游市场发展现状与趋势分析
- 二、客源市场定位
- 三、基于专项市场特征的开发导向分析
- 四、游客量预测



一、旅游市场发展现状与趋势分析

（一）国内旅游市场发展趋势分析

《2011年全球旅游业竞争力报告》指出，中国旅游业竞争力排名第39位，出境人数居世界第三位；世界旅游组织（UNWTO）预测，到2020 年我国将成为世界最大的旅游目的地。国内旅游市场主要呈现出以下几个特征：

1、市场细分化趋势

人们的旅游不再满足于观光游览这种传统的旅游方式，而趋于追求更加多元和个性化的旅游产品。除传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游之外，专题旅游、特殊旅游也开始盛行，像探险旅游、考古旅游、康体旅游、宗教旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民族风俗旅游等，每一种旅游方式还可以进一步细分。

2、观光向休闲度假转型

从我国的经济水平来看，我国旅游需求正从观光走向休闲度假。旅游逐渐成为一种生活方式，越来越多的游客已不满足于各个旅游点之间长途跋涉、疲于奔命的旅游方式。旅游目的也从传统的开阔眼界、增长见识向通过旅游使身心得到放松和休息、陶冶生活情趣等转变。

3、追求更为灵活多变的出行方式

在追求个性化的浪潮下，旅游者不再青睐于旅行社固定包价的旅游方式，散客旅游和家庭旅游在旅游者人数中所占比例将逐渐增加。散客旅游比包价旅游更自由随意，人们可以随时按照个人兴趣来调整旅游计划。随着各地旅游设施的建立健全，预订服务网络的普及完善，使散客旅游越来越方便。非包价式的家庭旅游兴起的主要原因在于私人交通工具的普及化。人们可以利用私人拥有的现代交通工具合家出游，尽享天伦之乐。目前家庭旅游还主要集中于中短距离和区域内。旅行社在组织团体包价旅游过程中也改变过去集中统一的做法，而采取能满足游客个性需求的灵活多变的组团方式。同时，小包价、个人委托代办服务也占有越来越重要的市场份额。

4、追求更多的参与性和娱乐性

在旅游过程中，旅游者渴求能亲身体验当地居民的生活，直接感受民族文化风情。希望通过参与和交流得到感情的慰藉和心灵的撞击。

（二）江西省旅游市场发展分析

江西省接待的国内游客以本省为主，外省游客主要集中在周边省份的大、中城市 and 与本省相连的交通线上的城市，入境游客以港澳台为主。

在经济社会全球化背景下，随着居民经济收入的增加，旅游者的需求呈现多样化，传统观光旅游产品已经无法满足需要，参与性、娱乐性、教育性、养生性产品受到越来越多的游客的喜爱。

（三）庐山西海旅游市场发展现状

庐山西海的境内外旅游市场发展态势良好，游客量和旅游收入持续增长，尤其是入境旅游市场增长速度很快，发展潜力巨大。到2012年年底，游客接待总量即将突破200万人次大关，门票收入突破4000万元。

通过对周边区域的旅游市场调查了解到：省内旅游市场主要集中在南昌和九江，而九江的游客以永修县居多，以政府康体养生为主；其次是景德镇、抚州、宜春、封城等地。省外游客集中在鄂东地区，像武汉、黄石、黄冈、鄂州等地，武汉市场占有率目前不到5%，未来将作为重点市场进行培育。另外，分流庐山、婺源、井冈山等周边景区的市场份额还相对较小。

表3-1 庐山西海风景名胜区2005-2011年旅游接待情况表

年份	国内游客（万人次）	境外游客（万人次）	门票收入（万元）
2005	53.27	0.3797	3074.25
2006	80.77	0.5144	3500.15
2007	102.63	2.152	4300.83
2008	132.46	2.157	4426.56
2009	167.2	2.436	2967.37
2010	184.28	3.25	3160.42
2011	177.49	4.85	3800
合计	898.1	15.7391	25229.58



二、客源市场定位

（一）国内市场定位

一级市场：江西省、湖北、湖南、安徽四个省份的主要城市，重点拓展南昌、武汉、长沙、合肥四个中心城市辐射范围内的旅游市场。

二级市场：长三角、珠三角、京津唐地区的主要城市。发挥“庐山西海”的品牌效应，联动周边旅游资源，提高旅游市场占有率。

机会市场：国内其他城市群体。远期加强营销力度，强化庐山西海的旅游形象，进一步提高知名度，吸引众多机会市场。

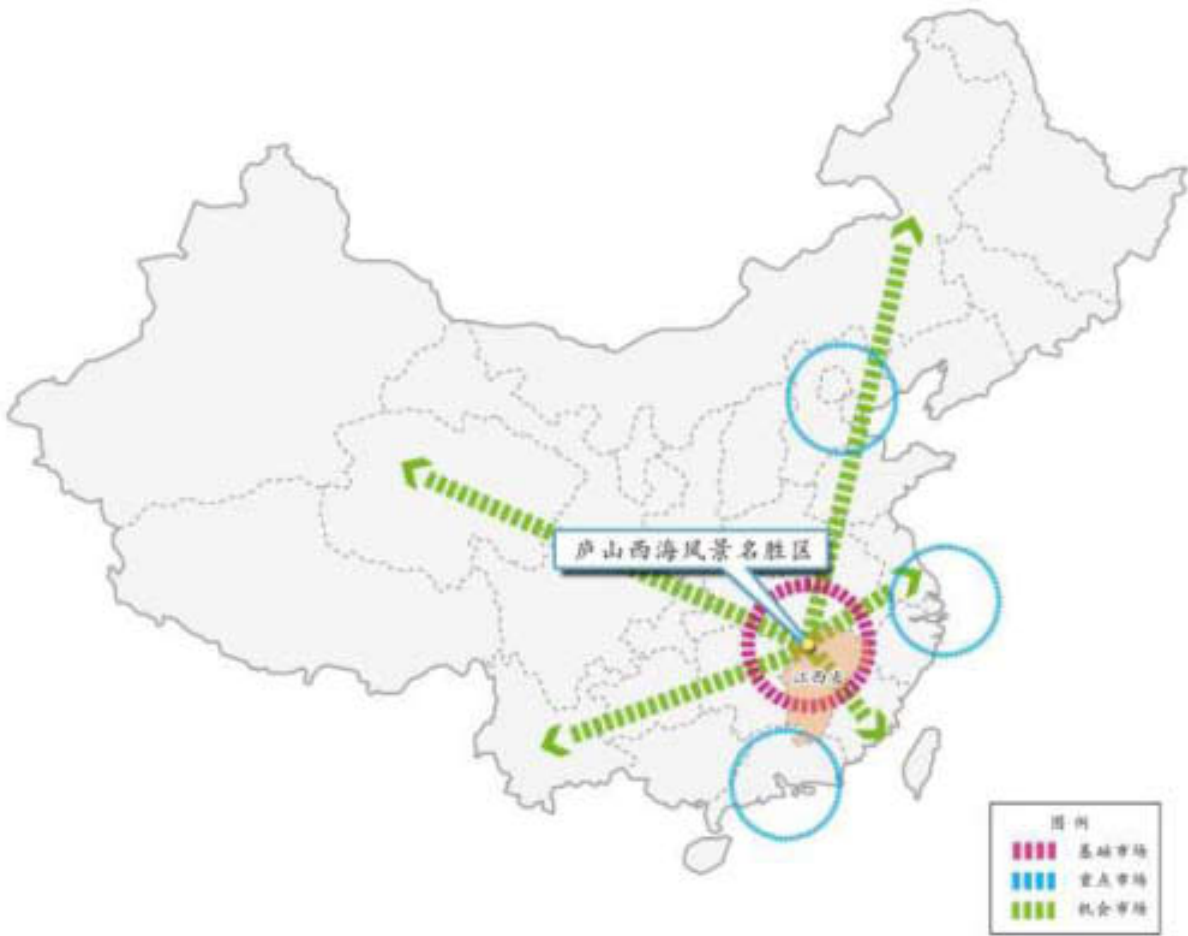


表3-2 庐山西海国内重点客源市场分析表

客源市场	市场特征	开发策略
南昌	目标市场距离西海较近，散客和自驾游客相对较多； 周边自然山水、红色旅游、名人故居等资源极为丰富，更倾向于休闲度假类旅游产品。	满足近距离的休闲、康体、会务、婚庆蜜月等需求，重点开发水陆拓展运动、水上养生、水上浪漫婚礼等项目； 依托江西省红色旅游文化底蕴，承接企事业单位、大中小学校的军训、党员爱国主义教育活动。
武汉	目标市场常住人口近千万人，可开发潜力巨大； 自主意识强，不局限于常规热点旅游线路，重视旅游地的品牌，品味较高、更多追求心理享受； 区域内湖泊资源丰富，历史文化和特色美食极具特色。	开展军事拓展、婚庆蜜月文化休闲、康体养生、商务会议等专题旅游； 注重团队与散客，倡导品质型旅游发展，吸引高消费游客。
合肥	目标市场距离西海5~6个小时，多是过夜游客； 经济水平处于中游，旅游消费较为谨慎和保守； 周边山岳型景观、乡村景观较多且较有特色，对湖泊休闲度假有一定需求。	重点开发湖岛观光、文化体验、素质拓展、康体养生类旅游产品； 注重团队游客，合理安排旅游线路，打造特色餐饮和住宿。
长沙	目标市场人群生活的较为安逸，远距离出游欲望并不是特别强，对于中短距离旅游比较亲睐； 周边各类特色旅游资源极为丰富，但休闲度假类湖岛旅游产品在此有一定吸引力。	主要目标为家庭度假、蜜月、公务商务旅游和自助游市场； 以区域差异、时间差异和市场差异为基本的切入点，在营销内容、方式、时间上更加有针对性。

二、客源市场定位

（二）境外市场定位

通过提高旅游服务品质，赢得境外市场的良好口碑，特别是港澳台和日本、韩国、欧美等国家，扩大市场影响力，打响境外生态牌、文化牌、科学牌。

一级市场：港、澳、台地区。打造差异化旅游产品，使其成为港、澳、台游客的旅游目的地。

二级市场：东南亚及日本、韩国。以国际化视野打造一流旅游产品，与庐山形成品牌联动，分流庐山、井冈山等入境旅游市场。

机会市场：欧美主要国家和地区。针对机会旅游群体，设计个性化旅游产品，拓展机会旅游市场。

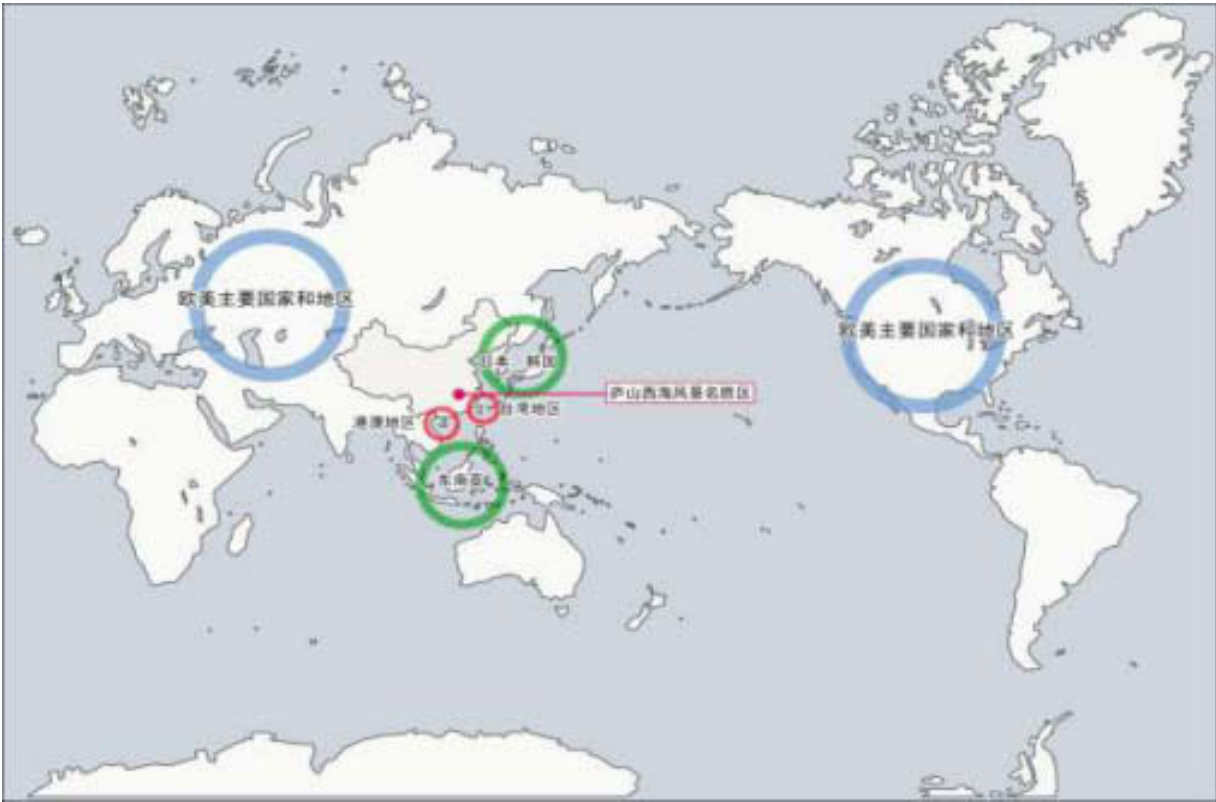


表3-3 庐山西海境外重点客源市场分析表

客源市场	市场特征	开发策略
台湾	停留时间长，重游率有较大的增长空间，观光游览线较长，人均消费高于港澳同胞； 在台湾赴大陆的市场上，探亲访友和商务旅游者居多，以中老年为主。	重点促销人群：观光度假、商务会议、绘画、摄影等群体； 通过两岸交流论坛、游艇比赛、摄影比赛等大型活动吸引台湾游客。
港澳	香港和澳门旅游者偏爱短期假日旅游，最理想的旅行时间为5天，最长为7天； 港澳居民出境游客到中国主要以探亲访友为主，其次为商务和短期休闲； 更喜欢以散客的组织方式旅行，而不是组团旅行； 以学习研究为主的大学生旅游具有特殊地位。	重点促销人群：观光旅游、文化旅游，以家庭、好友为单位的短期度假旅游； 加强交通等基础服务设施建设，组合适宜周末度假的短期产品和节假日或年假观光旅游的中期产品。
日韩	中老年市场仍是出游的主体； 最吸引日本旅游者的仍是自然风光、历史古迹、特色餐饮和购物等；美食、购物都是韩国游客出游的兴趣所在； 商务旅游、修学旅游和蜜月旅游发展迅速，潜力巨大，对经济实惠型度假产品的需求呈增长趋势。	男性市场的目标主要锁定在30—59岁的商务旅游和休闲度假市场，女性市场的主要目标为20—29岁的购物旅游市场、美食旅游市场、休闲娱乐市场。
东南亚	东南亚市场对观光、探亲、寻根、宗教、商贸旅游的需求较为强烈，再访率较高； 有相当规模的学生旅游、青年旅游、家庭旅游、银发旅游市场以及许多专项旅游市场。	主打观光旅游、休闲度假、探亲访友、商务会议和特殊旅游市场； 以中国传统节日吸引东南亚游客。

三、基于专项市场特征的开发导向分析

通过对目标区域市场的特征分析，西海湖岛旅游开发应以婚庆蜜月、康体养生、拓展运动、文化体验四大专项市场为突破点。

（一）婚庆蜜月市场

婚庆蜜月市场具有客源市场广阔、消费水平高、重游率高等特点。西海湖光山色、千岛落珠极具美感，通过设计水上花园、浪漫浮岛等景观，营造浪漫氛围，建立婚纱摄影基地，吸引婚庆蜜月市场。

（二）康体养生市场

康体养生产业是旅游产业的生力军，是国际旅游业发展的新趋势。规划区生态环境优良，水质和空气都属一级，有浓厚的禅修文化底蕴和丰富的茶资源，适宜开发康体养生项目，打造湖岛型康体养生胜地。

（三）拓展运动市场

拓展运动与企业团队训练有机结合在一起，是投资少、见效快的专项旅游产品。目标区域市场内体现出对拓展培训旅游的较大需求。西海湖岛旅游开发过程中应结合红色文化背景，开发特色化、主题型的拓展体验项目，成为西海湖岛旅游的人气吸引型项目。

（四）文化体验市场

文化旅游是一种特殊的兴趣旅游类型，它建立在对新颖的、深邃的文化的搜寻和参与体验之上，是出于审美的、求知的、情感的或是心理的需求而进行的活动，其作为时下较为热门的旅游方式之一，产品正不断丰富和更新。西海可以依托其修河的文化底蕴，深度挖掘文化内涵，开发体验性和参与性的旅游项目。



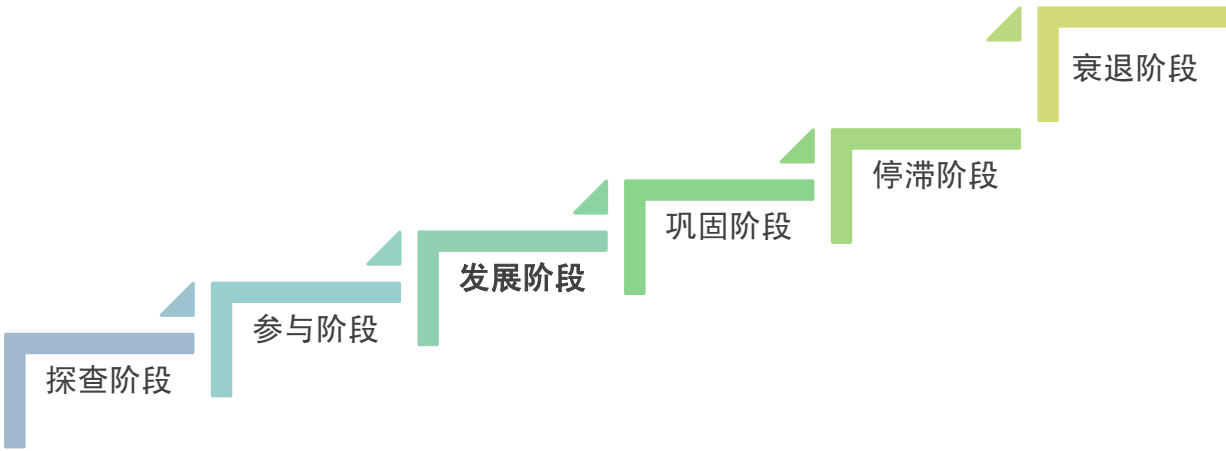
四、游客量预测

2011年，庐山西海风景区接待游客177.49万人次，根据旅游发展现状估算，西海湖岛旅游接待量约占风景区总游客量的1/8，即22万人次。2012年为规划编制阶段，年预计游客接待量24.2万人次。2013年—2015年为基础设施建设阶段，游客量逐年增长；2016—2020年进入稳定发展期，游客量增长逐渐趋于稳定。2015年，西海湖岛的游客量达到45.9万人次；2020年，游客量突破80万人次。

表3-4 游客量预测表

年份	游客量（万人次）	增长率（%）
2011	22.0	—
2012	24.2	10
2013	26.6	10
2014	30.6	15
2015	45.9	50
2016	52.8	15
2017	60.7	15
2018	66.8	10
2019	73.5	10
2020	80.8	10

根据巴特勒的旅游地生命周期理论，一个旅游目的地会经历探查、参与、发展、巩固、停滞、衰退六个发展阶段。



庐山西海目前正处于“发展阶段”，但发展速度缓慢，湖岛旅游项目较为初级。通过旅游产品的更新和组合，将会加快游客量增长速度。但是，庐山西海的环境承载能力有限，旅游服务设施的建设不宜超出最大游客容量范围，以避免旅游地进入衰落阶段。

第四章 战略定位与布局

- 一、发展定位战略
- 二、空间布局战略
- 三、产品开发战略
- 四、产业发展战略
- 五、规划总图



一、发展定位战略

——目标系统引导下的发展定位战略

目标系统由总体目标及实现总体目标的分期目标构成，形成可持续发展的湖岛旅游开发目标体系。

（一）总体目标

国内湖岛旅游开发经典

提炼庐山西海及区域文化，以系统化的开发模式为指导，对西海湖岛进行旅游产业的功能性再造和复兴。在开发过程中对湖岛空间进行层次化、主题式地保护与开发，兼顾历史文化的活化与再现，发展观光、娱乐、休闲、度假等多种功能，最终使西海湖岛成为国内湖岛旅游开发中的经典之作。

（二）分期目标体系

- 1、一期目标——江西省旅游新增长极、庐山西海风景区的观光中心与娱乐中心；
- 2、二期目标——国内知名湖岛旅游区、庐山西海旅游发展的龙头；
- 3、远景展望目标——世界知名湖岛旅游品牌、庐山西海的休闲度假中心。

（三）分层级目标体系

- 1、环鄱阳湖层面：环鄱阳湖五彩精华旅游线重要节点；
- 2、江西省层面：江西省旅游新增长极、江西省旅游新名片；
- 3、国家层面：中国首席深度体验型水文化休闲游乐中心、国家青少年生态教育基地、国内湖岛旅游开发典范；
- 4、世界层面：世界知名湖岛旅游区。

（四）总体定位

世界知名、国内一流湖岛旅游胜地

1、实现国内一流的条件：

具备国内一流的湖岛生态条件，营造国内一流的湖岛旅游环境；
具备国内一流的项目开发水准，打造独具西海文化特色的旅游产品；
具备国内一流的运营管理水平，迅速打响西海湖岛旅游品牌。

2、实现世界知名的条件：

引禅入水——依托云居山世界知名的禅修文化，打造禅意湖岛；
生态为本——依托全球生态旅游的发展趋势，湖岛开发充分秉承生态理念；
区域联动——依托旅游区位优势，联动世界知名的旅游品牌，联合拓展境外旅游市场。



二、空间布局战略

——空间系统整合下的空间布局战略

空间系统包括岛屿与水的空间关系、岛屿之间的空间关系、岛屿与南、北旅游集镇的空间关系三大层面。

（一）岛屿与水的空间关系处理

以岛屿为湖岛旅游的节点，充分结合水的空间维度，在生态允许容量内开发水上餐饮、水上运动、水上养生、水上观光、水上娱乐等项目。

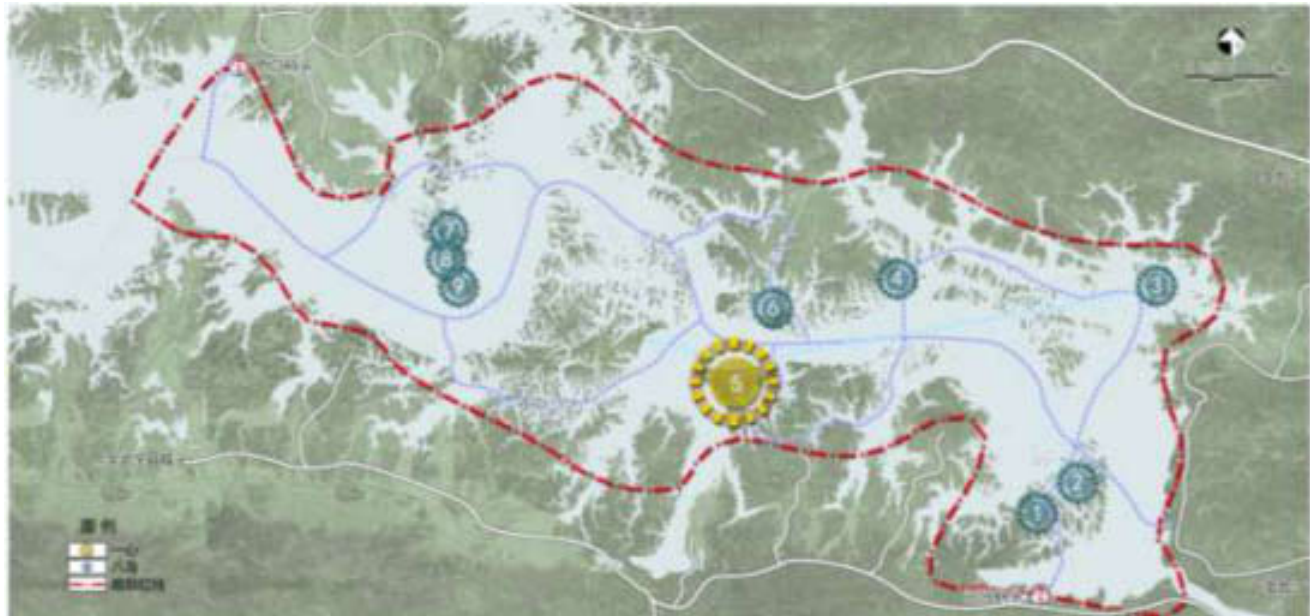
（二）岛屿之间的空间关系处理

开发岛屿的位置选择主要考虑岛屿用地条件与岛屿之间的交通合理性两个方面。本次规划重点开发九个岛屿，分别位于桃花岛、外婆岛西侧岛屿、将军岛、人字岛、鱼岛、茶岛、墨斗山、墨斗山北侧岛屿、墨斗山南侧岛屿。

（三）岛屿与南、北旅游集镇的空间关系处理

南侧码头对接司马旅游集镇，北侧码头对接巾口旅游集镇，湖岛旅游的空间开发应充分考虑南、北两岸的联动关系。由于南、北码头的距离过长，因此将位于中心区域的人字岛开发为水上旅游综合服务中心。其它岛屿的开发应以水上游客中心为核心，依据合理的水上航线进行空间布局。

基于以上三个层面空间关系的考虑，总体形成“八岛、一心”的空间结构。其中一心为水上旅游综合服务中心，位于现状人字岛；八岛分别位于桃花岛、外婆岛西侧岛屿、将军岛、人字岛、鱼岛、茶岛、墨斗山、墨斗山北侧岛屿、墨斗山南侧岛屿。



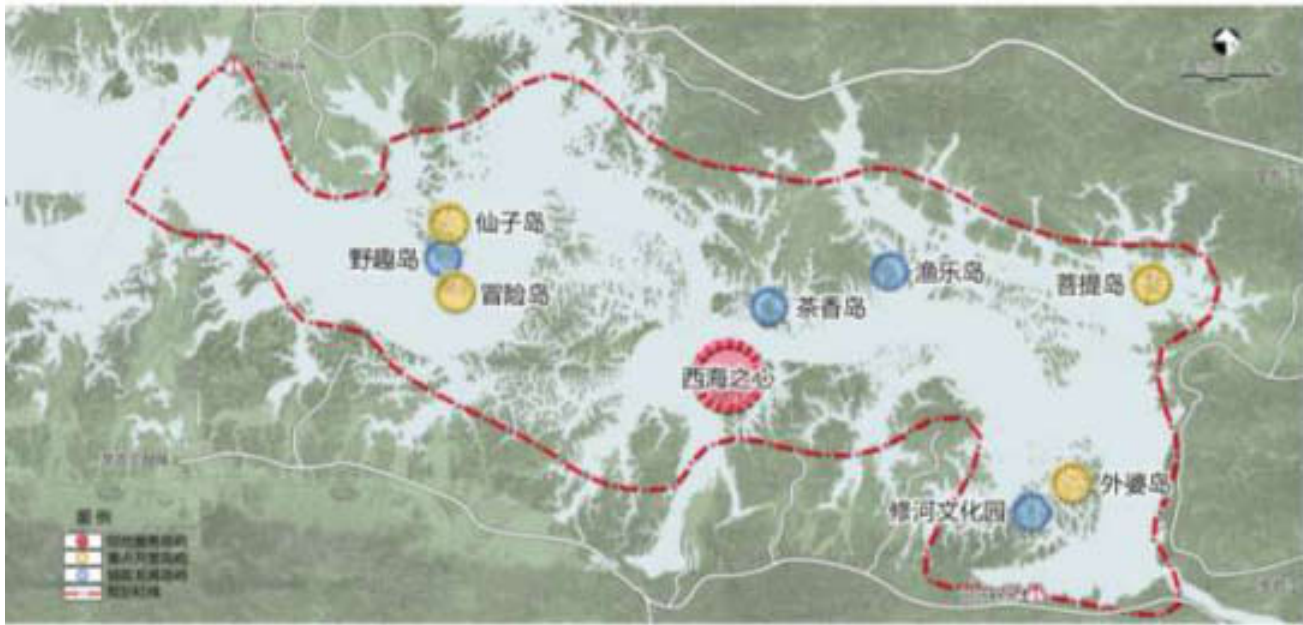
空间布局图

- | | | |
|-------------|---------|-------------|
| 1、现状桃花岛 | 4、现状鱼岛 | 7、现状墨斗山北侧岛屿 |
| 2、现状外婆岛西侧岛屿 | 5、现状人字岛 | 8、现状墨斗山 |
| 3、现状将军岛 | 6、现状茶岛 | 9、现状墨斗山南侧岛屿 |

三、产品开发战略
——行为系统引领下的产品开发战略

以游客行为特征为基础构建旅游产品体系。从水上交通的行为方式来看，将交通方式转化为旅游产品，开发以“木帆船”为核心不同形式的游船产品体系，形成游船婚礼、游船餐饮、游船观光、游船休闲、游船娱乐、游船探险等系列旅游产品。从市场需求的角度来看，重点开发婚庆蜜月、拓展运动、文化体验、康体养生四大旅游产品体系。

依据空间格局和产品发展导向，整体形成综合服务岛屿、重点开发岛屿、辅助发展岛屿三个层次。其中综合服务岛屿为湖岛旅游的水上服务中心，位于现状人字岛；重点开发岛屿为针对目标市场需求的重点开发岛屿，是湖岛旅游产业发展的核心；辅助发展岛屿为丰富湖岛旅游产品，对核心旅游产品进行延伸和拓展的配套服务岛屿。



岛屿开发结构图

表4-1 湖岛旅游产品定位与开发思路分析表

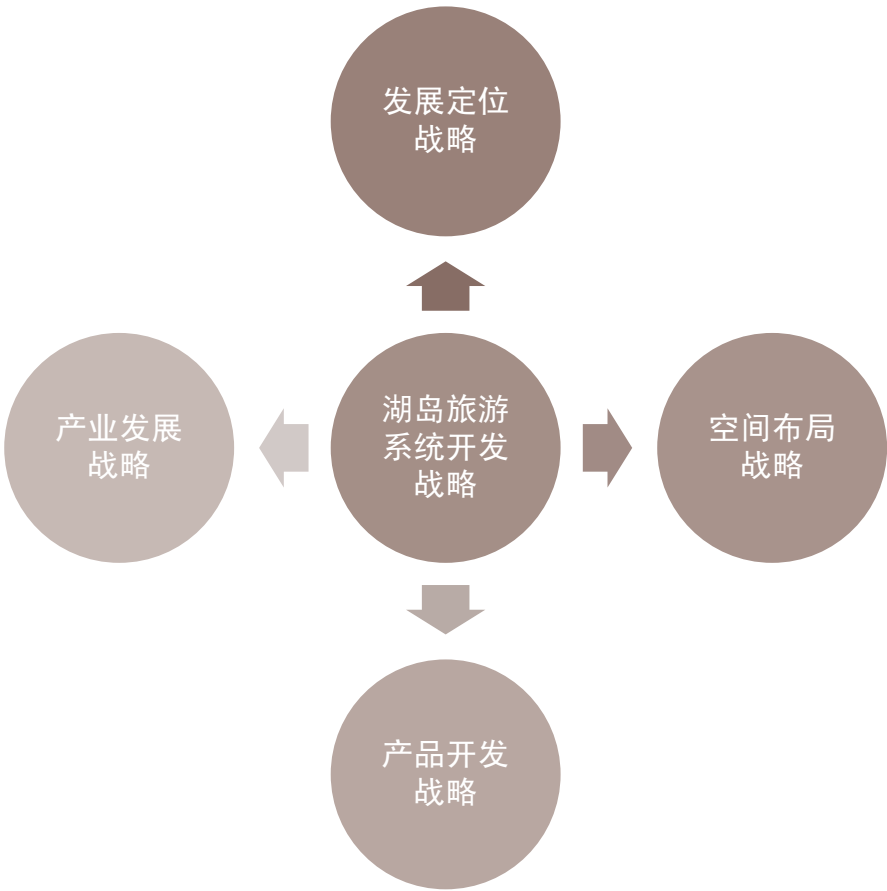
岛屿开发层次	岛屿位置	目标群体与开发目的	产品主题	岛屿取名
综合服务岛屿	现状人字岛	水上游客服务中心	依托湖岛水资源环境，发展“水文化”主题	西海之心
重点开发岛屿	现状墨斗山北侧岛屿	重点吸引婚庆蜜月市场	依托桃花仙子的浪漫传说，开发蜜月主题产品	仙子岛
	位于现状外婆岛西侧	重点吸引文化体验旅游市场	结合当地民俗文化，开发民俗体验主题产品	外婆岛
	位于现状墨斗山南侧岛屿	重点吸引户外拓展运动市场	结合西海《生存者》纪录片的拍摄背景，开发荒岛探险主题产品	冒险岛
	位于现状将军岛	重点吸引休闲养生市场	结合云居山的禅修文化，开发水上禅修养生主题产品	菩提岛
辅助发展岛屿	位于现状桃花岛	丰富西海的文化休闲、观光功能	依托西海的修河文化及大坝文化，开发观光体验类产品	修河文化园
	位于现状鱼岛	对接南线湖岛游线的旅游服务功能	结合西海渔业背景，开发渔文化主题产品	渔乐岛
	位于现状茶岛	延伸西海之心的休闲和养生服务功能	结合茶岛资源，开发茶文化主题产品	茶香岛
	位于现状墨斗山	丰富旅游产品层面，提升生态观赏价值	结合墨斗山优质的生态资源，打造人与自然和谐相处的乐园	野趣岛

四、产业发展战略
——运营系统支撑下的产业发展战略

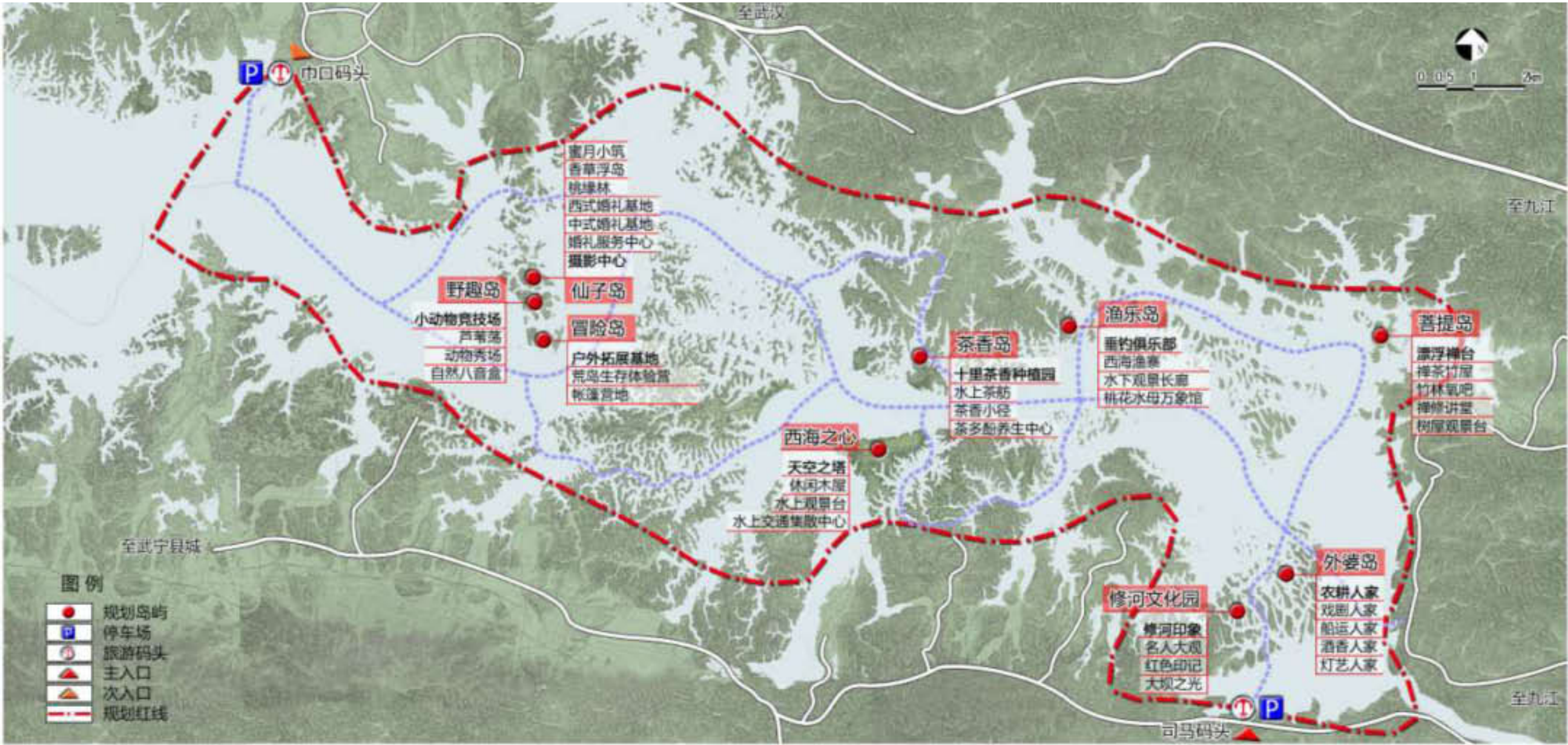
湖岛旅游可持续发展的关键是构建旅游产业运营模式，西海湖岛旅游产业以婚庆蜜月、拓展运动、文化体验、康体养生四个市场为重点关注对象，构建四个主题产品体系，最终联动发展实现湖岛整体旅游产业发展的运营模式。

表4-2 湖岛旅游产业开发与运营分析表

产品主题	产品系列	产业联动与拓展
婚庆蜜月 旅游产品	以全过程的婚庆服务为核心，形成婚庆主题的餐饮、住宿、娱乐产品体系。	以婚纱摄影为核心，发展结婚登记、婚礼举办、婚礼纪念等全过程婚庆服务项目，引导摄影工作室进驻，最终联动湖岛两岸的度假设施，整体形成婚纱摄影产业基地。
拓展运动 旅游产品	以水陆两栖户外拓展运动主题产品为核心，形成湖岛运动、娱乐产品体系。	针对拓展运动旅游市场需求，发展场地设施租赁、帐篷租赁等相关业态；同时与专业团队、运动俱乐部等社会团体合作，打造水陆两栖运动训练基地和组织相关挑战赛。
文化体验 旅游产品	以文化体验为核心，形成观光、娱乐产品体系。	以文化体验项目为切入点，开发体验型旅游产品，同时配合节庆等手段带动游客，引导游客在参与中体验西海文化底蕴。
康体养生 旅游产品	以禅修文化和茶文化为核心，形成禅修养生、禅修教育、茶多酚养生、特色住宿产品体系。	以健康疗养旅游市场为目标对象，联动湖岛两岸的温泉养生和度假设施，扩大云居山国际禅修中心的影响范围，深入挖掘和拓展休闲养生产业。



五、规划总图



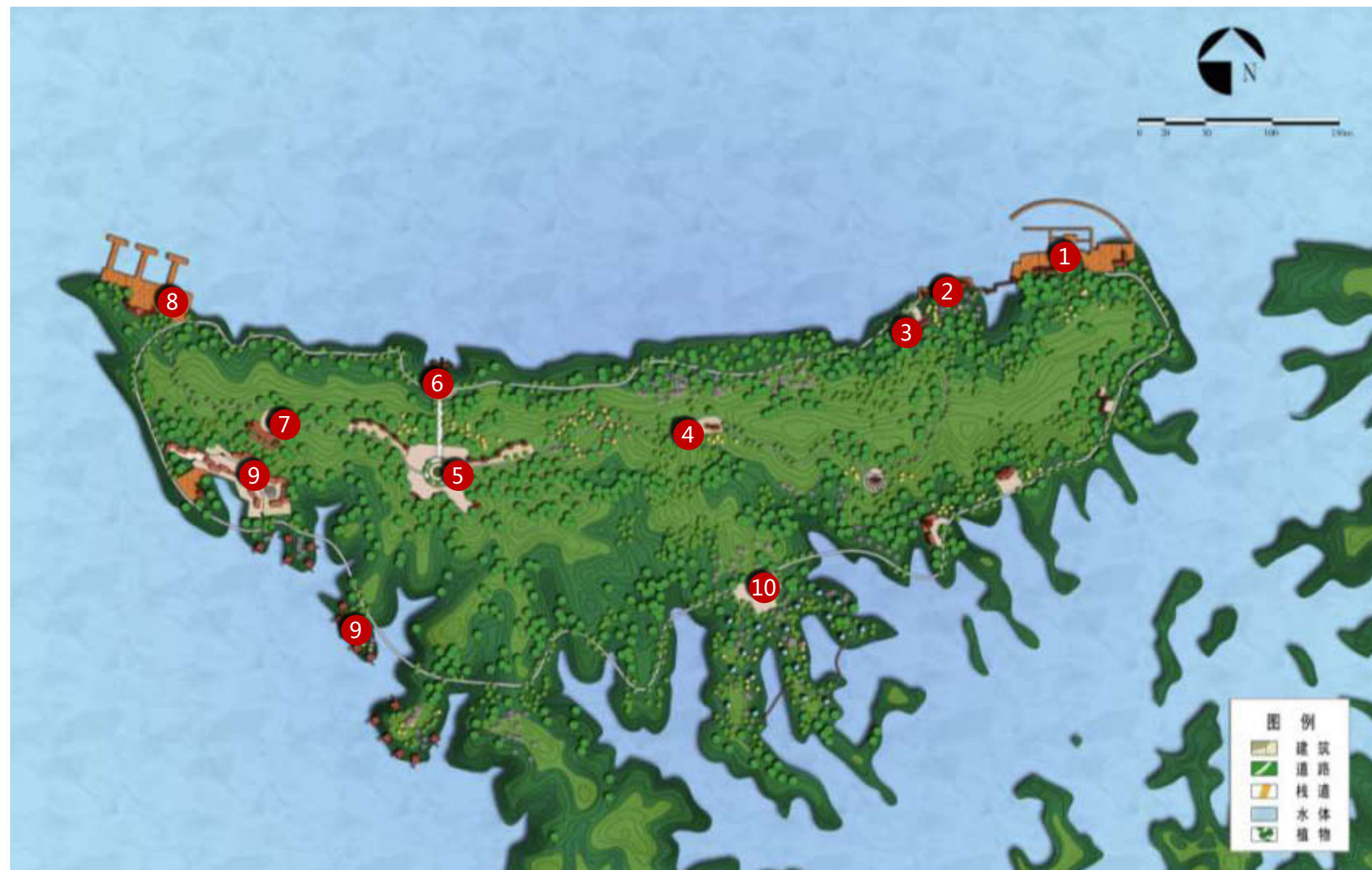
第五章 项目设计

- 一、“西海之心”项目设计
- 二、“仙子岛”项目设计
- 三、“外婆岛”项目设计
- 四、“冒险岛”项目设计
- 五、“菩提岛”项目设计
- 六、“修河文化园”项目设计
- 七、“渔乐岛”项目设计
- 八、“茶香岛”项目设计
- 九、“野趣岛”项目设计



一、“西海之心”项目设计

由于南北码头距离较远，规划的西海之心将作为水上综合服务中心，具备湖岛观光、交通换乘、特色餐饮、生态住宿等综合服务功能。游客在西海之心登天空之塔，观湖岛万象，品绝味美食，住休闲木屋。



岛屿位置	位于现状人字岛
岛屿面积	1200亩/80公顷
生态容量	3200人
功能定位	水上综合服务中心、西海地标性景观
主力项目	天空之塔、休闲木屋、水上观景台、水上交通集散中心



- ① 水上交通集散中心
- ② 滨水步道
- ③ 电瓶车停靠站
- ④ 主题花园
- ⑤ 天空之塔
- ⑥ 观湖平台
- ⑦ 观景平台
- ⑧ 游船码头
- ⑨ 水上观景台
- ⑩ 休闲木屋

一、“西海之心”项目设计

（一）天空之塔

——西海湖岛最佳观景点、地标景观

1、项目位置

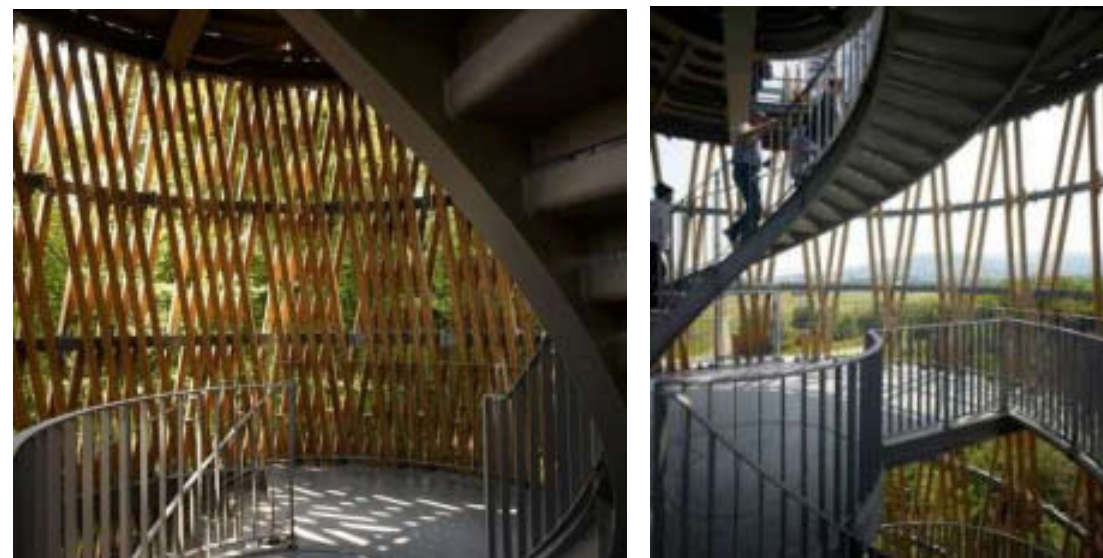
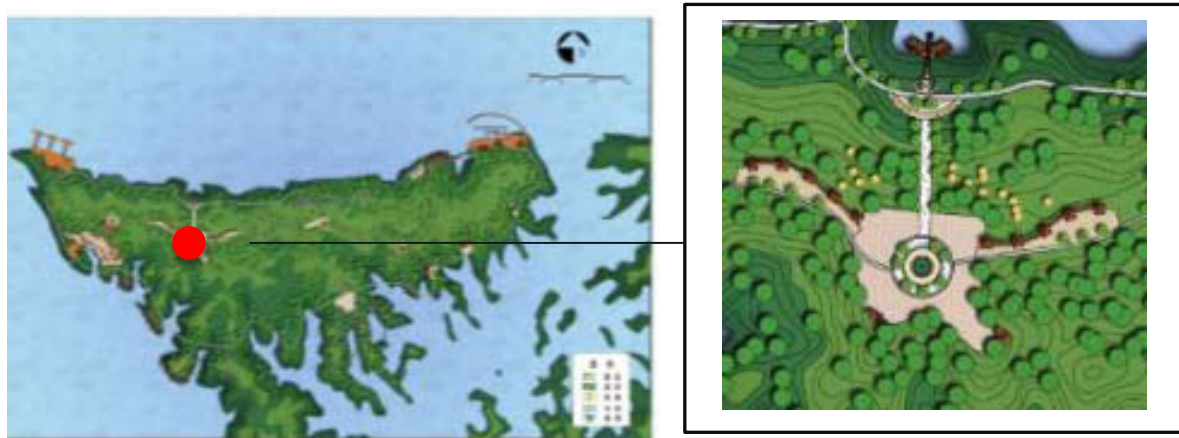
位于西海之心西侧海拔最高区域。

2、项目功能

观景中心、地标景观

3、设计要点

该项目秉承“生态、环保”的设计理念，就地取材。整个观光塔采用木质结构，其中包括众多直木条，围绕着塔从两个方向纵横交错。木条越往顶端越稀疏，从而使访客在从底部到顶端的五个观测层都可以看到不同的景观。其中，顶端平台视野最为开阔，可360°观看西海全景。



一、“西海之心”项目设计

（二）水上交通集散中心

——西海湖岛的交通服务基地

1、项目位置

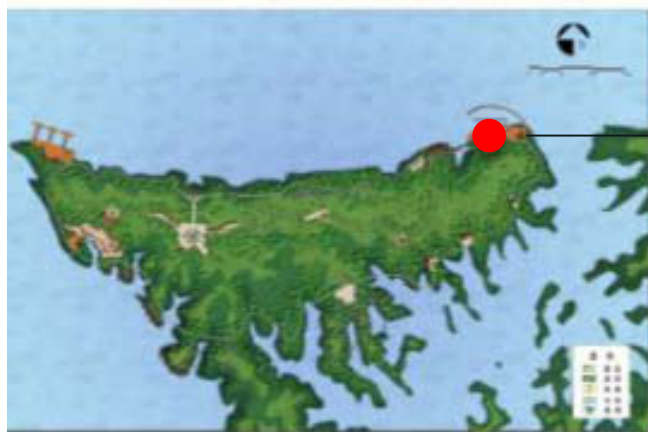
位于西海之心北岸的两端，其东侧为主码头，西侧为次码头。

2、项目功能

交通换乘、游船（艇）停靠

3、设计要点

以漂浮码头的形式打造水上交通集散中心，是游船、游艇、水上飞机等交通工具的换乘中心。游船码头主要服务于大众游客，水上飞机码头对接司马码头的国际水上运动基地，游艇码头对接南北岸的游艇服务基地。



一、“西海之心”项目设计

（三）水上观景台

——水上漫步，观最美湖景

1、项目位置

位于西海之心西南侧的临水岸边。

2、项目功能

滨水观景、水上休憩

3、设计要点

水上观景台主要服务于大众游客，是西海之心的主要休憩空间。建筑临水而建，以实木为主要材质，整体体现生态和环保的理念。在空间营造上注重观光平台与滨水休憩空间的有机结合，沿水岸设置游步道与观景平台，营造舒适的餐饮环境。



一、“西海之心”项目设计

（四）休闲木屋

——沐浴湖岛风光

1、项目位置

位于西海之心南侧的临水岸边。

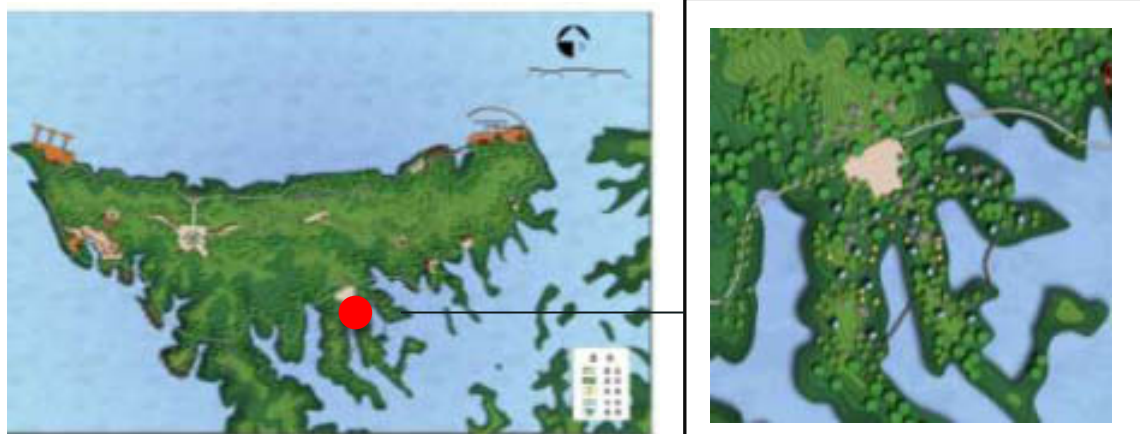
2、项目功能

生态休闲

3、设计要点

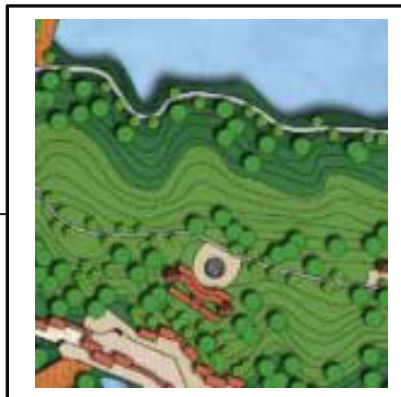
以生态材料打造休闲木屋，四五个木屋便构成一个组团，设置休憩空间，整体形成生态型的湖岛休闲聚落。各个木屋可以冠以不同的主题，满足不同游客的审美需求。

游客在休闲木屋内可以一览西海美景，抛开城市的喧嚣，尽情享受西海湖岛的安宁和闲适。



一、“西海之心”项目设计

（五）滨水步道与观景台设计



二、“仙子岛”项目设计



“仙子岛”是兼具结婚登记、婚纱摄影、婚礼举办、蜜月短住等功能为一体的一站式婚庆服务基地。新人在此可享受中西式不同风格 and 不同主题（帆船、热气球、草坪等）的浪漫婚礼，大众游客可漫游婚庆花园、览香草浮岛、参与桃缘林“结缘”活动。

岛屿位置	位于现状墨斗山北侧岛屿
岛屿面积	390亩/26公顷
生态容量	1040人
功能定位	体验型、全过程婚庆服务基地
主力项目	摄影中心、婚礼服务中心、中式婚礼基地、西式婚礼基地、桃缘林、香草浮岛、蜜月小筑

- ① 主游船码头
- ② 摄影中心
- ③ 桃缘林
- ④ 中式婚礼基地
- ⑤ 婚礼服务中心
- ⑥ 西式婚礼基地
- ⑦ 香草码头
- ⑧ 蜜月小筑
- ⑨ 香草浮岛（薰衣草浮岛）
- ⑩ 香草浮岛（迷迭香浮岛）
- ⑪ 香草浮岛（百里香浮岛）
- ⑫ 香草浮岛（藿香浮岛）
- ⑬ 香草浮岛（香茅浮岛）
- ⑭ 香草浮岛（薄荷浮岛）
- ⑮ 香草浮岛（九层塔浮岛）
- ⑯ 观岛平台
- ⑰ 浮岛码头



二、“仙子岛”项目设计

（一）中式婚礼基地

——完备的中国传统婚礼举办中心

1、项目位置

在仙子岛中央区域打造主题婚庆花园。

2、项目功能

特色观光、婚庆活动

3、设计要点

中式婚礼基地是以牡丹为主要景观元素而打造的主题婚庆花园。在花园视野开敞处修建一座古老民宅，室内陈设要求古朴典雅，将传统婚礼所需的天地桌、轿子、秤杆、花烛、凤冠霞帔、状元服等一一呈现。民宅既可以用来拍摄中国传统风格的婚纱，又可以用来举办传统的摆酒席、拜天地、入洞房等仪式，花园里则可容纳大红花轿、浩浩荡荡的迎亲仪仗队。



二、“仙子岛”项目设计

（二）西式婚礼基地

——集合世界上最浪漫的花园景观

1、项目位置

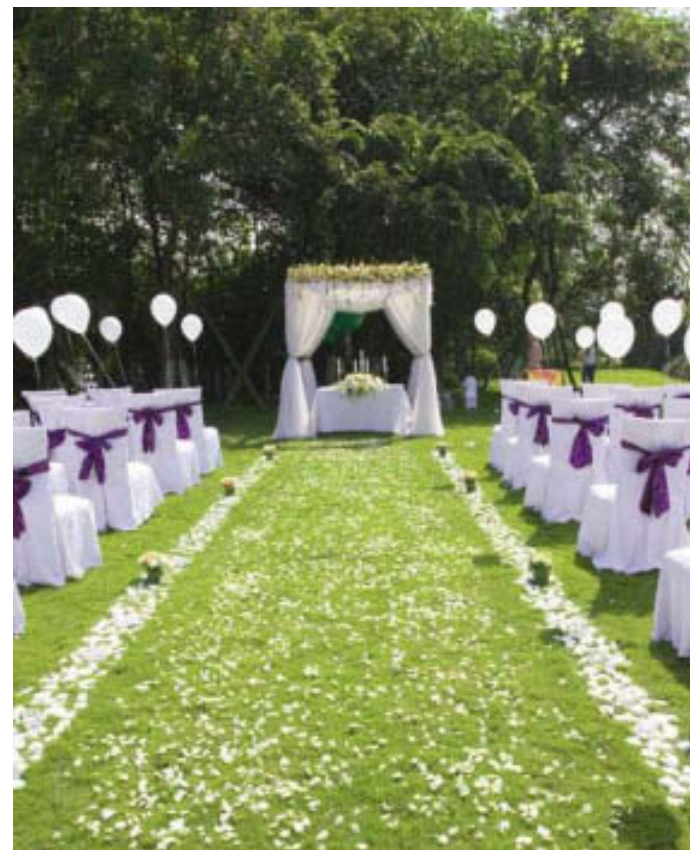
在仙子岛中央偏北侧区域。

2、项目功能

特色观光、婚庆活动

3、设计要点

西式婚礼基地选取若干个典型的具备异域风情的浪漫国度（如加拿大、法国、爱尔兰、荷兰等）的主题花园集中在一起，在花园内设置最能代表该国度的标志性景观，通过雕塑、花架、景墙、漏窗、栏杆等小品和建筑、绿化植物来表现，满足不同新人的婚纱拍摄要求，并修建一座小型教堂用于举行结婚仪式。



二、“仙子岛”项目设计

（三）桃缘林

——追寻“桃花仙子”的浪漫传说

1、项目位置

选址于仙子岛入口主码头附近。

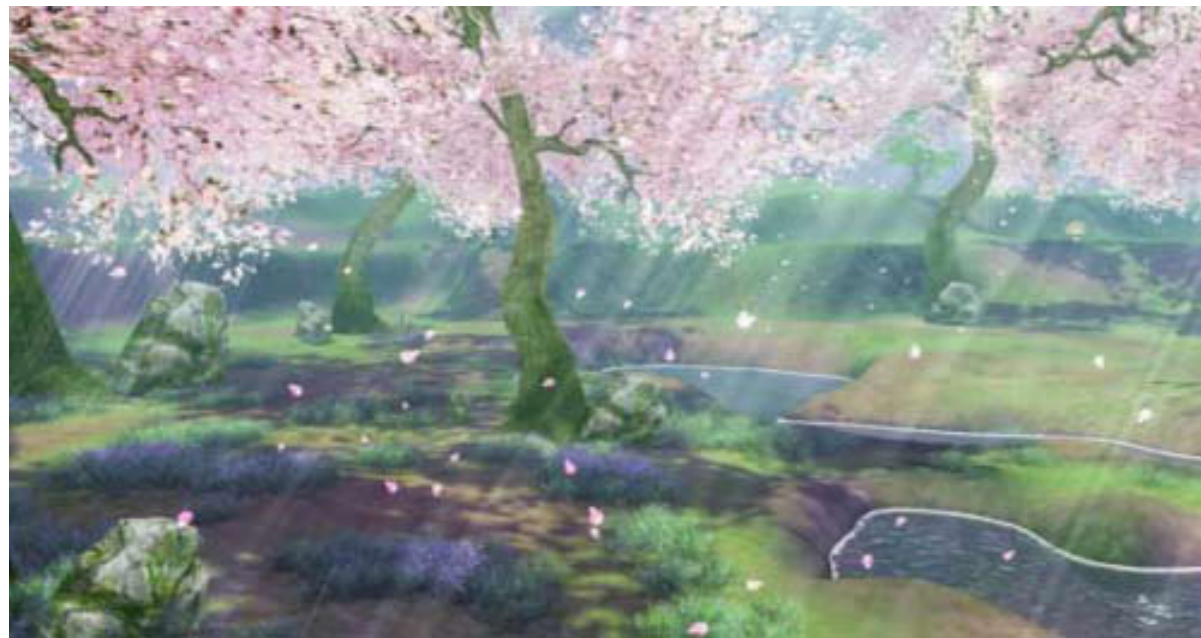
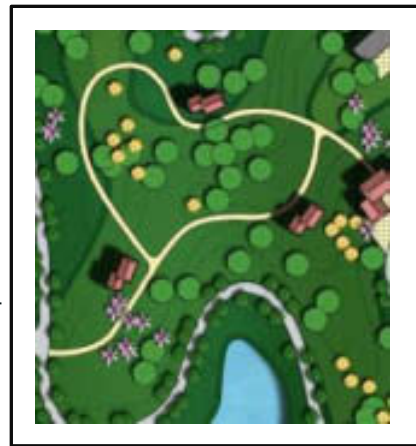
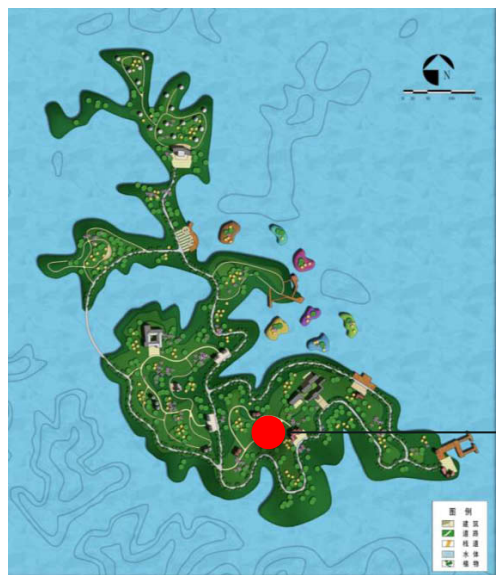
2、项目功能

结缘活动、特色观光

3、设计要点

该项目的开发思路来源于西海桃花仙子的爱情传说。根据当地明清时期县志记载，相传，在6亿多年前，天上桃花仙女违反天规，爱上西海村民黄荆，最后被玉帝点化成一座山峰，这便是桃花尖；而桃花仙女的眼泪，则顺着桃花尖山峰缓缓而下，幻化成一颗颗晶莹剔透的通灵宝玉——桃花水母。以此爱情传说为背景修建桃缘林，以主题雕塑与植物景观相结合的方式打造一处独具西海情恋文化的水上花园。

在主码头入口处规划栽植一片桃花林，林中设置桃花仙子石雕。在桃花仙子石雕的一侧设置象征忠贞爱情的鸳鸯石，在鸳鸯石上刻写桃花仙子的传说文字。在寓意甜美爱意的桃缘林之中，分区栽种桃树，并对每个分区进行主题命名，如“姻缘树”、“祈愿树”、“相思树”等。在桃缘林中可开展“系同心结、植爱情树”等活动，打造独具庐山西海特色的浪漫体验。



二、“仙子岛”项目设计

（四）香草浮岛

——乘坐木帆船游览湖岛之间的漂浮湿地

1、项目位置

选址于岸上景观良好的水面区域，为人工打造的水上浮岛。

2、项目功能

特色观光、湖岛游览

3、设计要点

香草浮岛是由多个景观浮岛形成的水上景观群落。每个景观浮岛按照叶子的形态进行设计，整体犹如漂浮在西海湖岛间的移动湿地。各个景观浮岛间通过水上栈桥相连，在岸上设置香草浮岛的入口景观。

香草浮岛上种植薰衣草、迷迭香、百里香、藿香、香茅、薄荷、九层塔等芳香植物，每个景观浮岛成片种植一种植物。每种芳香植物具有不同的色彩，成片种植后形成多彩植物景观，有利于丰富西海湖岛的景观要素。

香草是时尚一族的追逐对象，对追求生活品质的青年游客具有较大的吸引力。根据青年游客的旅游需求，在香草浮岛上设置观景木屋、浮岛风车等景观，整体营造浪漫时尚的景观氛围。

香草浮岛的建设需要重点关注浮岛技术与生态保护两大问题。景观浮岛的骨架结构采用的是多层结构，其上的种植土和生长基质不易流失。因具有净化水质、创造生物的生息空间、改善景观、消波等综合性功能，在水位波动大的湖泊或因波浪的原因难以恢复岸边水生植物带的湖沼或是在有景观要求的湖泊等水域得到广泛的应用。



二、“仙子岛”项目设计

（五）婚礼服务中心

——国内首个湖岛旅行登记结婚中心

1、项目位置

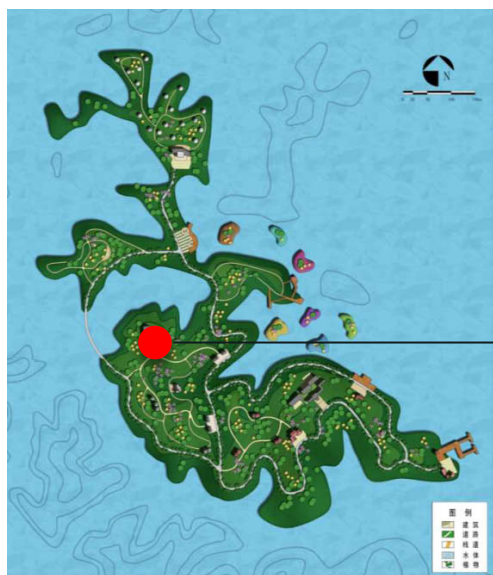
选址于仙子岛中部区域。

2、项目功能

婚姻登记、婚礼策划

3、设计要点

婚礼服务中心兼具婚姻登记和婚礼策划的功能，建筑形式为两层的简易木屋。一层设“婚姻登记处”，新人在这能够领到结婚证；二层设“婚礼策划堂”，向游客提供多种婚礼举办的方式，例如：木帆船婚礼（乘坐木帆船穿行香草浮岛）、草坪婚礼（时尚环保）、热气球婚礼（让蓝天白云见证）等。



二、“仙子岛”项目设计

（六）摄影中心

——西海婚纱摄影产业基地

1、项目位置

选址于仙子岛中部区域。

2、项目功能

婚纱摄影、摄影交流

3、设计要点

摄影中心包括“浪漫记忆展馆”和“摄影工作室”两个组成部分。

在浪漫记忆展馆内设置摄影展区，为摄影工作室提供摄影作品的展示空间，同时也成为婚纱摄影的交流中心。在浪漫记忆展馆设有“幸福墙”，游客可将蜜月照片粘贴在“幸福墙”上，并书写爱情寄语。

摄影工作室是摄影师、摄影公司的摄影工作空间，可通过租赁的方式吸引摄影师、摄影公司入驻。摄影工作室以婚纱摄影为特色，同时拓展情侣写真、个人写真、亲子照等摄影业务。



二、“仙子岛”项目设计

（七）蜜月小筑

——绿色主题的创意婚礼体验

1、项目位置

位于仙子岛西南侧的地势平缓区域。

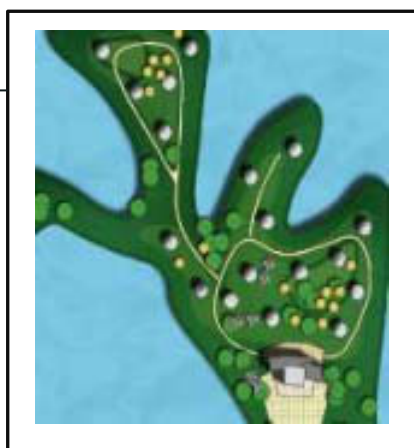
2、项目功能

生态休闲、创意婚礼

3、设计要点

依托西海湖岛的水景资源背景，以“水珠”为主题元素设计蜜月小筑，“水珠”错落有致地分布在岛屿水岸，犹如散落在西海之心的透明珍珠。

蜜月小筑充分展现环保、低碳的主题，每个“水珠”仅设置必要的婚礼服务设施，并且通过太阳能光伏板与垂直的风力机组提供电源。太阳能光伏板与垂直风力机组以“景观树”的形式打造，与自然景观有机融合。



三、“外婆岛”项目设计

依托西海现在的外婆岛，将其规模扩大，打造成为“水上民俗村”， 设置五个主题“人家”，分别为农耕人家、船运人家、戏剧人家、灯艺人家、酒香人家，在各个主题人家设置体验型的主题活动。游客在此可赏“排工号子”，体验精彩纷呈的传统民俗。



岛屿位置	位于现状外婆岛西侧
岛屿面积	120亩/8公顷
生态容量	320人
功能定位	西海水上门俗村
主力项目	农耕人家、戏曲人家、船运人家、酒香人家、灯艺人家



- ① 游船码头
- ② 船运人家
- ③ 戏曲人家
- ④ 农耕人家
- ⑤ 灯艺人家
- ⑥ 酒香人家
- ⑦ 水上观景平台

三、“外婆岛”项目设计

（一）船运人家

——最雄浑和最壮观的排工号子实景演绎

1、项目位置

位于外婆岛北侧区域。

2、项目功能

文化体验与观光

3、设计要点

明清以前，武宁、永修的排工经常去吴城木排生产作业场所喊号劳作，这种号子以满口乡音入调，具有浓郁的民歌韵味。排工作业时，根据不同的工序唱出不同节奏的号子，每道工序有一专用曲牌。船运人家定期以实景演艺的方式向游客展现西海当地的船运文化，游客可跟着一起喊号子，体验排工作业时酣畅淋漓的快感。将实景演绎分为以下八个情景剧目：

扎排号子：是第一道工序的劳动唱词，即排工用箴缆将木头捆扎加固扎成底排的号子，此曲一领众和。

捞排号子：是排工用铤钩将漂浮在水面上的木头先沉下水，再凭借木头的浮力，齐心协力将木头迅速钩上底排时唱的，此曲由一人或两人领唱，节奏较自由。

传缆号子：是将箴缆传到尚未成形的排上使用时的唱。此曲一领众和，节奏明快，音调起伏婉转。

倒梁号子：是排工把木竹扎成排后，将木排的首、中、尾三部分用箴缆把数根横梁扎紧扎牢（防止木排经过急流险滩时被冲散）时唱的，此曲旋律大起大落，节奏刚劲有力。

扛排号子：是当木排搁浅时，排工跳入水中每人将一根碗口粗细的木头伸进排底，或以肩扛或用臂力使劲撬动木排时唱的号子，这种号子声音低沉浑厚，听之有抑婉凄然之感。

出锚号子：是木排成形后，众排工把系着粗棕缆的铁锚通过木制葫芦架慢慢下到河床底或固定在岸边（防止木排漂流）时唱的。此号配以激烈的鼓点和“嗨哟、嗨呀”的呼喊声。

提锚号子：是众排工用葫芦架慢慢把铁锚从水底提起时唱的。此曲首先击鼓三遍，然后一领众和，召唤排工奋力将锚提起，以便航行。

绞车号子：是排工放排前摇动绞车起锚准备运行，或木排前进受阻时，将缆绳系于锚船上，大家齐心协力绞动木制绞车，收缩缆绳，拉排前进时唱的。这种号子近似民间小调，表现排工集体劳作时的欢快心情。



三、“外婆岛”项目设计

（二）农耕人家——享农事体验

西海外婆岛以展示农耕时代生产生活器具为主，设有碾磨、打井水、踏水车等农家体验活动。在这里游客可以亲身体验各种农事活动，如摘果蔬，锄地种苗、稻谷脱粒等，还能参与有趣的农家游乐项目，如武宁打鼓歌、推铁环、打陀螺、踢毽子、荡秋千、踩高跷等。其中武宁打鼓歌是农耕人家的特色项目，在参与农事劳作体验的同时，看打鼓歌表演，或亲自参与表演。



“农耕人家”示意图

（三）戏剧人家——看戏曲表演

在戏剧人家中，搭建古戏台，开设茶馆，长期聘请当地居民和演员表演当地民俗活动，如宁河戏、永修丫丫戏、打鼓歌、皮影戏、蛇舞等，在戏剧人家里摆放戏剧表演用的物品，供游客参观。



“戏剧人家”示意图

三、“外婆岛”项目设计

（四）灯艺人家——赏多彩花灯

在灯艺人家中，以知名的江西省全丰花灯表演为特色，展销各地不同样式的花灯，游客可参与到花灯表演中扮演不同的角色，还可跟着当地师傅学习花灯的制作技艺，感受节庆的热闹和祥和气氛。



“灯艺人家”示意图

（五）酒香人家——品醇香佳酿

酒香人家主打江西省的“糯米酒”品牌，以“前店后坊”的形式打造，店面以古代的酒肆为蓝本建设和布置，门口挑着酒旗，酒坊里将糯米酒的制作过程展示给游客，整体营造唐李白诗中“风吹柳花满店香，吴姬压酒劝客尝”的韵味。



“酒香人家”示意图

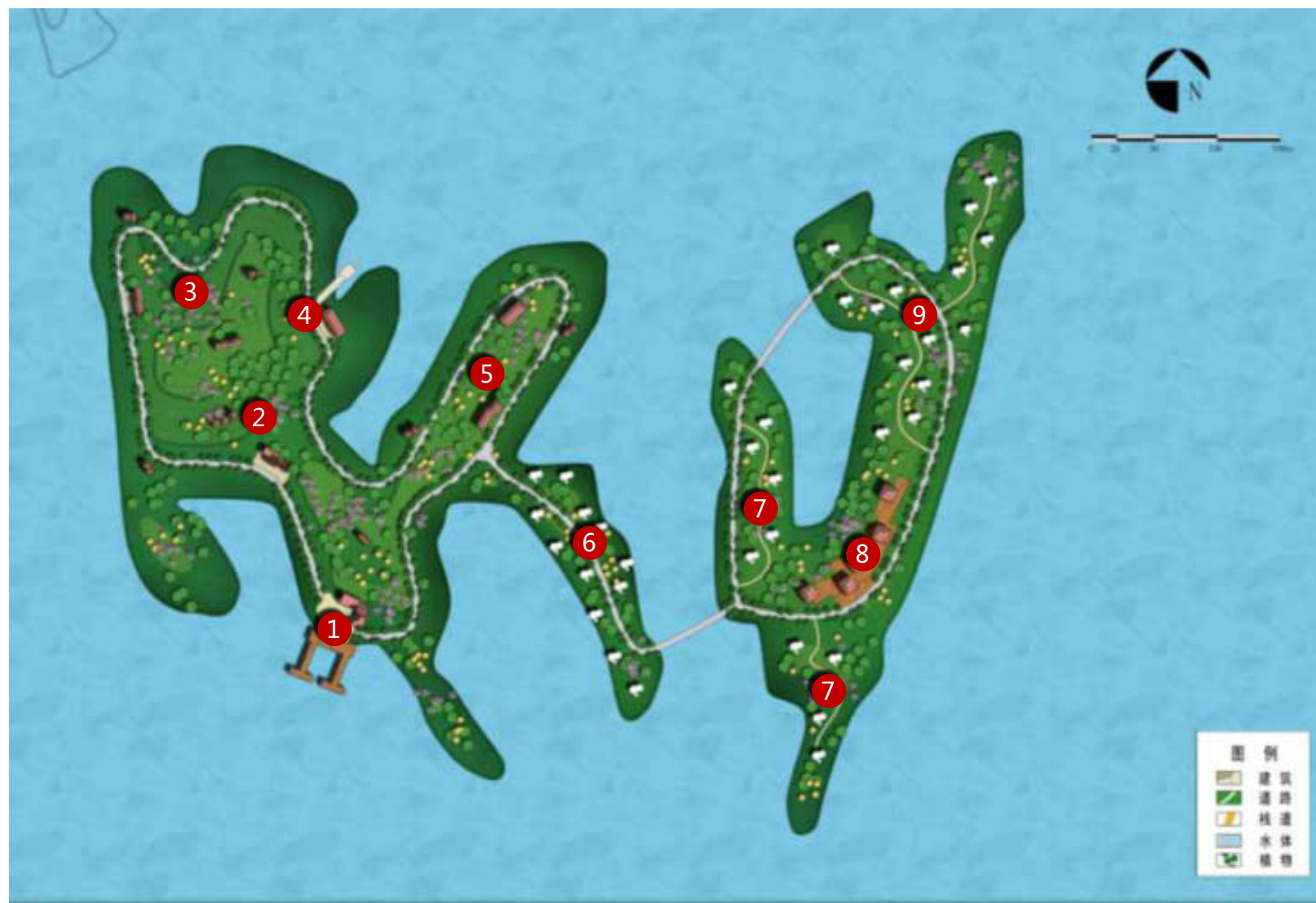
四、“冒险岛”项目设计

冒险岛主要针对户外拓展专项旅游市场，重点发展水陆两栖的军事拓展项目，同时基于美国真人秀节目《幸存者第十五季》西海拍摄这一事件背景，再现当时荒岛探险求生的情景。

岛屿位置	位于现状墨斗山南侧岛屿
岛屿面积	244亩/16公顷
生态容量	640人
功能定位	水陆两栖户外拓展运动基地
主力项目	户外拓展基地、荒岛生存体验营、帐篷营地



- ① 主游船码头
- ② 真人CS对战基地
- ③ 军事拓展训练
- ④ 飞人蹦极运动场
- ⑤ 荒岛生存体验营
- ⑥ 露营基地
- ⑦ 星空帐篷房
- ⑧ 篝火酒吧
- ⑨ 野奢帐篷房



四、“冒险岛”项目设计

（一）户外拓展基地

——户外水陆两栖团队拓展运动中心

1、项目位置

位于冒险岛北侧的地势平缓区域。

2、项目功能

军事对战、极限运动

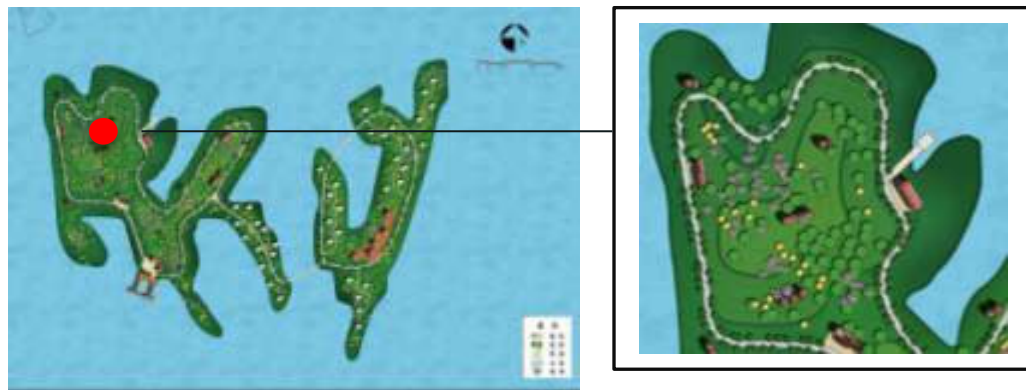
3、设计要点

户外拓展基地主要为户外运动爱好者开展活动提供场地，划分为三个主题区域：军事拓展训练营、真人CS对战基地、飞人蹦极运动场。

军事拓展训练营——承接学校和企事业单位的军训、团队培训等活动，通过培训提高团队凝聚力。拓展训练的项目以军事训练为蓝本，开展军事攀岩、军人梯、悬崖绝壁、生死电网、穿越封锁线、实弹射击等项目。除此之外，还可将军事战争主题融入到游戏中，比如，可设计“勇闯火线”闯关行动，有抢滩登陆、突破雷阵、冲出伏击、坦克会战、激烈巷战、攻占堡垒六个关卡，通过所有关卡的游客将获得“英雄奖章”。

真人CS对战基地——利用高科技光学系统和仿真的武器装备，配合先进的激光发射器、激光接收系统（可准确记录“战争”进行的实时状态和各项数据），加上精心设计的丰富多样的战役类型，能够让玩家在各种模拟场景中感受枪林弹雨的紧张刺激。军事爱好者们可以在游戏的过程中尽显“军事战斗水平”，成为战场上的英雄。

飞人蹦极运动场——采用塔式蹦极，蹦极塔建设在湖边，让参与者感受“跃向重力、扶摇直下”的惊险，安排专业人员进行指导，做好安全保障措施。



四、“冒险岛”项目设计

（二）“荒岛生存”体验营

——“荒岛丛林”的穿越之旅

1、项目位置

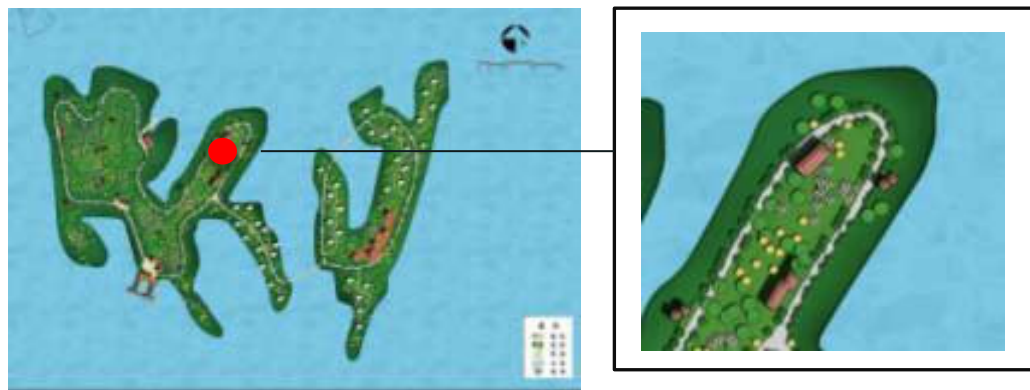
位于冒险岛东侧的沿岸丛林区域。

2、项目功能

生存体验

3、设计要点

该项目重在挑战参与者的野外生存能力，以冒险为策划主题，结合生存岛的《幸存者》活动，定期举办“荒岛生存”体验周。参与者被送到规划区荒凉的野外，依靠及其基本的工具维持生存，比赛中每人将有三次请求“降落伞”保护的机会供参与者应急使用。参与者必须自己寻找食物，并参与各种测量智商，体力的竞技竞赛，最终胜出者将获胜。



四、“冒险岛”项目设计

（三）帐篷营地

——野奢帐篷房、星空帐篷房、露营基地、篝火酒吧

1、项目位置

位于冒险岛西侧地势平缓区域。

2、项目功能

特色度假、露营体验

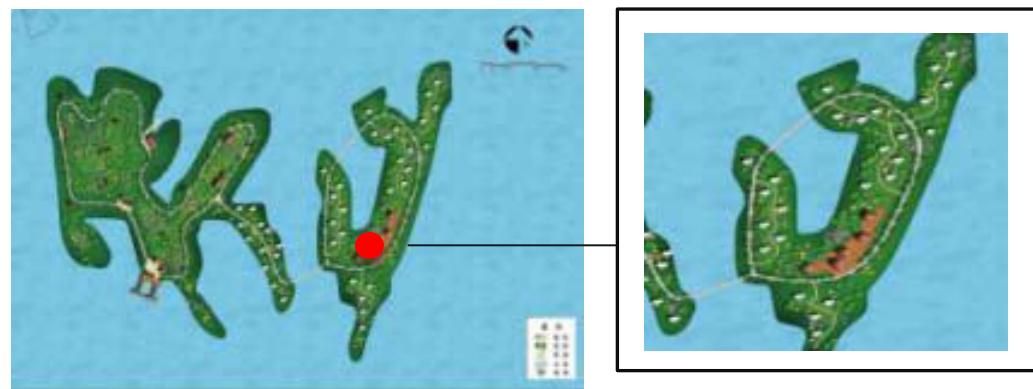
3、设计要点

野奢帐篷房——野奢帐篷房以原生态的天然建材为元素，尽显丛林“野奢”风格。野奢帐篷房依据地势不规则分布在丛林中，伴山面水，彰显极致的野趣奢华。建筑外观质朴而内饰奢侈豪华，由专业山地度假公司管理。

星空帐篷房——星空帐篷房以全新户外概念为主题打造半敞开式帐篷房。植物环绕每座帐篷房四周，为游客营造一个宁静、独立、私密、回归自然、亲近自然的露营环境，夜晚帐篷房的玻璃顶也将为游客呈现浪漫的星空景观。

露营基地——露营基地为游客提供水岸边的露营体验，是户外运动爱好者热衷的野外度假方式。在露营基地游客可自行搭建露营帐篷。

篝火酒吧——篝火酒吧是帐篷营地内聚会、娱乐和休憩场所。篝火酒吧建筑风格生态而野性，契合户外运动爱好者狂野而豪迈的精神追求。集结地篝火酒吧有独特的设计风格、专业的调酒师和震撼的音乐，让游客在休闲生活中体验放松。



“野奢帐篷房”示意图



“星空帐篷房”示意图

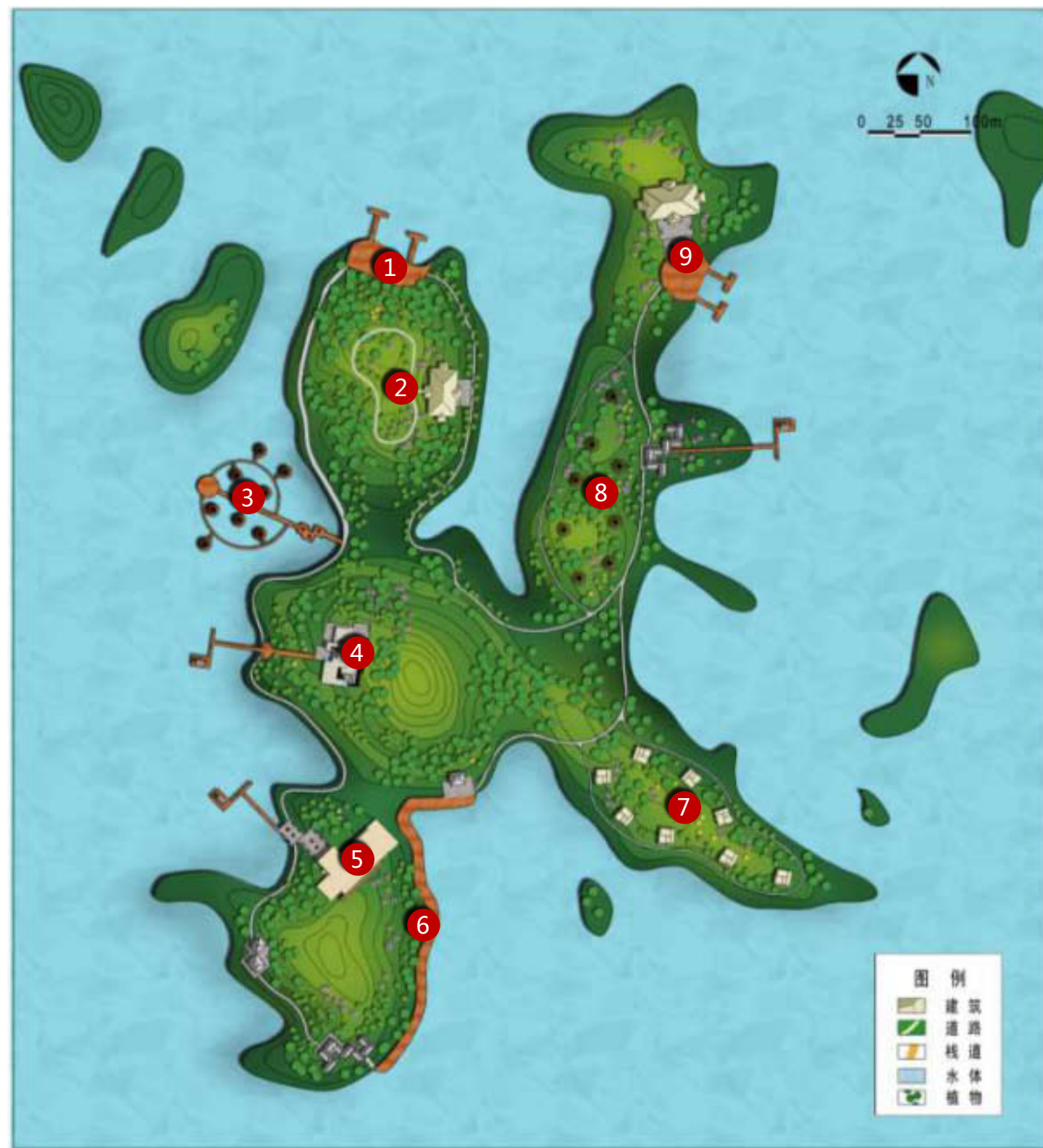


“露营基地”示意图



“篝火酒吧”示意图

五、“菩提岛”项目设计



依托将军岛的竹林资源，以“禅修”为主题，打造水上禅修中心，让游客体验禅修养生、沐浴竹林天然氧吧。

岛屿位置	位于现状将军岛
岛屿面积	210亩/14公顷
生态容量	560人
功能定位	国际水上禅修基地
特色产品	体验水上禅修、品味禅茶悠闲、漫步竹林氧吧
主力项目	漂浮禅台、禅茶竹屋、竹林氧吧、禅修讲堂、树屋观景台

- ① 主游船码头
- ② 竹林氧吧
- ③ 漂浮禅台
- ④ 禅修讲堂
- ⑤ 茶室
- ⑥ 滨水长廊
- ⑦ 禅茶竹屋
- ⑧ 树屋观景台
- ⑨ 次游船码头



五、“菩提岛”项目设计

（一）漂浮禅台

——浮台上的极致禅修体验

1、项目位置

在菩提岛西侧建设水上漂浮禅台。

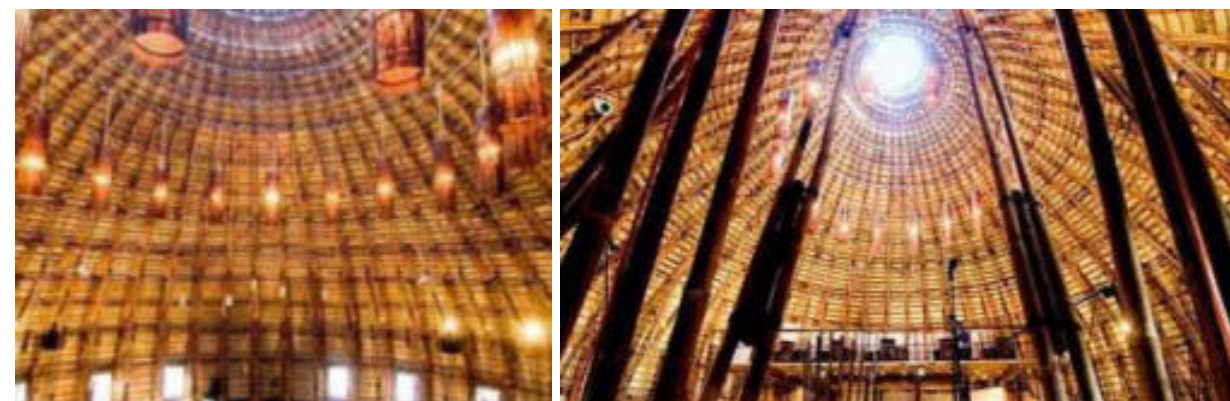
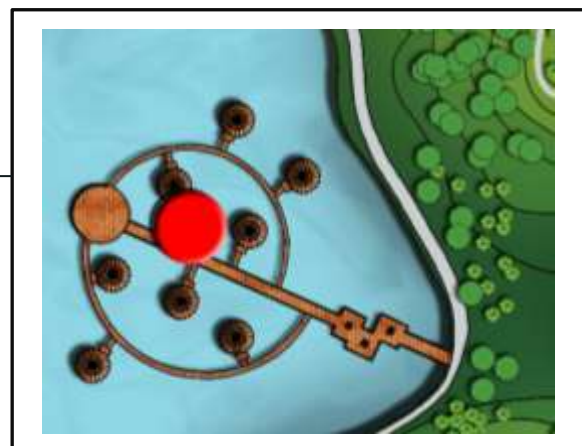
2、项目功能

禅修体验、心理养生

3、设计要点

依托云居山的禅修文化，打造水上漂浮禅台，营造“自然而然”的禅修氛围。漂浮禅台是云居山国际禅修中心的重要组成部分，是西海禅意湖岛的禅修核心区域。

漂浮禅台是一个由竹子建成的拱形结构的建筑，整体空间形态极富张力。竹子是生态环保型的建筑材料，选用竹子为材质一方面契合菩提岛的竹林景观背景，另一方面也凸显了“自然和谐”的禅修理念。禅台漂浮于水面上，打造“行云流水”的禅修意境。



五、“菩提岛”项目设计

（二）禅修讲堂

——以禅文化为主题的文化休闲中心

1、项目位置

位于菩提岛西侧水岸区域。

2、项目功能

文化交流、禅修体验

3、设计要点

禅修讲堂是以禅修体验游客为服务对象的学习和交流空间，可邀请国内知名禅宗大师前来开设讲座，传授禅修文化。建筑主体以竹子为元素进行设计，营造生态典雅的空间氛围。



五、“菩提岛”项目设计

（三）禅茶竹屋

——竹林间的禅味生活

1、项目位置

坐落于菩提岛东南侧的竹林之中。

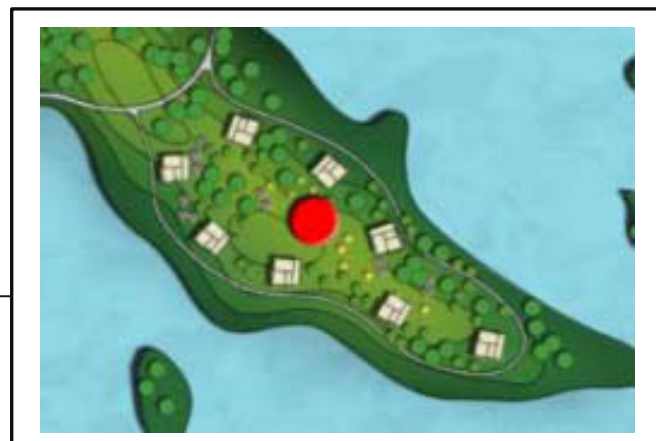
2、功能定位

禅茶休闲、文化体验

3、设计要点

该项目依托良好的竹林资源、融入生态及禅修理念，以简约、宁谧为主要格调打造成分布于竹林间的生态型度假空间。禅茶竹屋的设计凸显清心寡欲、心行处灭的出世之行，是游客品茗论禅、闻竹悟道的绝佳场所。

所有竹屋依岛屿地形而建，在地势起伏处的竹屋采用架空或吊脚楼工艺，保护原生地貌。竹屋的配套用品都是天然物料，如纯丝、纯绵的床上用品，竹制、木制的家具，陶土、石器用具摆饰等。竹屋中设置观星塔，用于夜晚观星赏月。在水岸边修建以竹子和木材建造的观景台，可以最佳角度欣赏西海湖岛美景。



五、“菩提岛”项目设计

（四）树屋观景台

——享受半空休闲、品尝生态精品素食

1、项目位置

位于菩提岛丛林之中。

2、项目功能

生态休闲、特色观光

3、设计要点

禅文化的要义是人与自然的和谐相处，而树屋观景台的设计灵感正源于人与自然的亲近关系，为游客提供一个半空中休闲、观光的空间。在夜间，精心设计的灯光充溢树屋，使树屋像一盏盏中国灯笼分布于树林之间，如同盏盏禅灯。

游客进入树屋需要通过一条如引桥一般的红杉木铺成的坡形通道，两边围着半人多高结实的杨木栅栏。行走在坡道上，树木的清香扑面而来。树屋主体是木结构，顶端和尾部分别用两层钢环把伞状结构的支架牢牢固定在树干上。四周的“墙”是通体落地的“百叶窗”。纵向弧形的片状结构，由若干条环保的松木板制成，横向则用杨木做连接。这种纵横交错、疏密有致的圆形墙体给人以安全感。



五、“菩提岛”项目设计

（五）竹林氧吧

——竹林间的闲适时光

1、项目位置

位于菩提岛竹林之中。

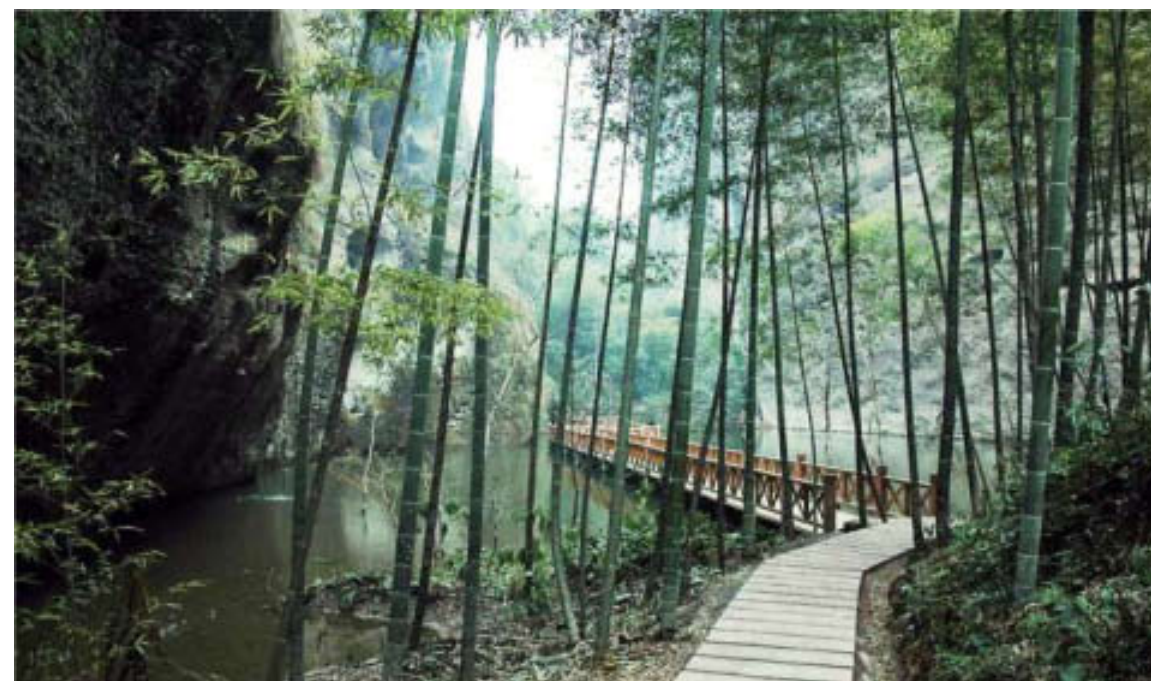
2、项目功能

休闲养生、生态观光

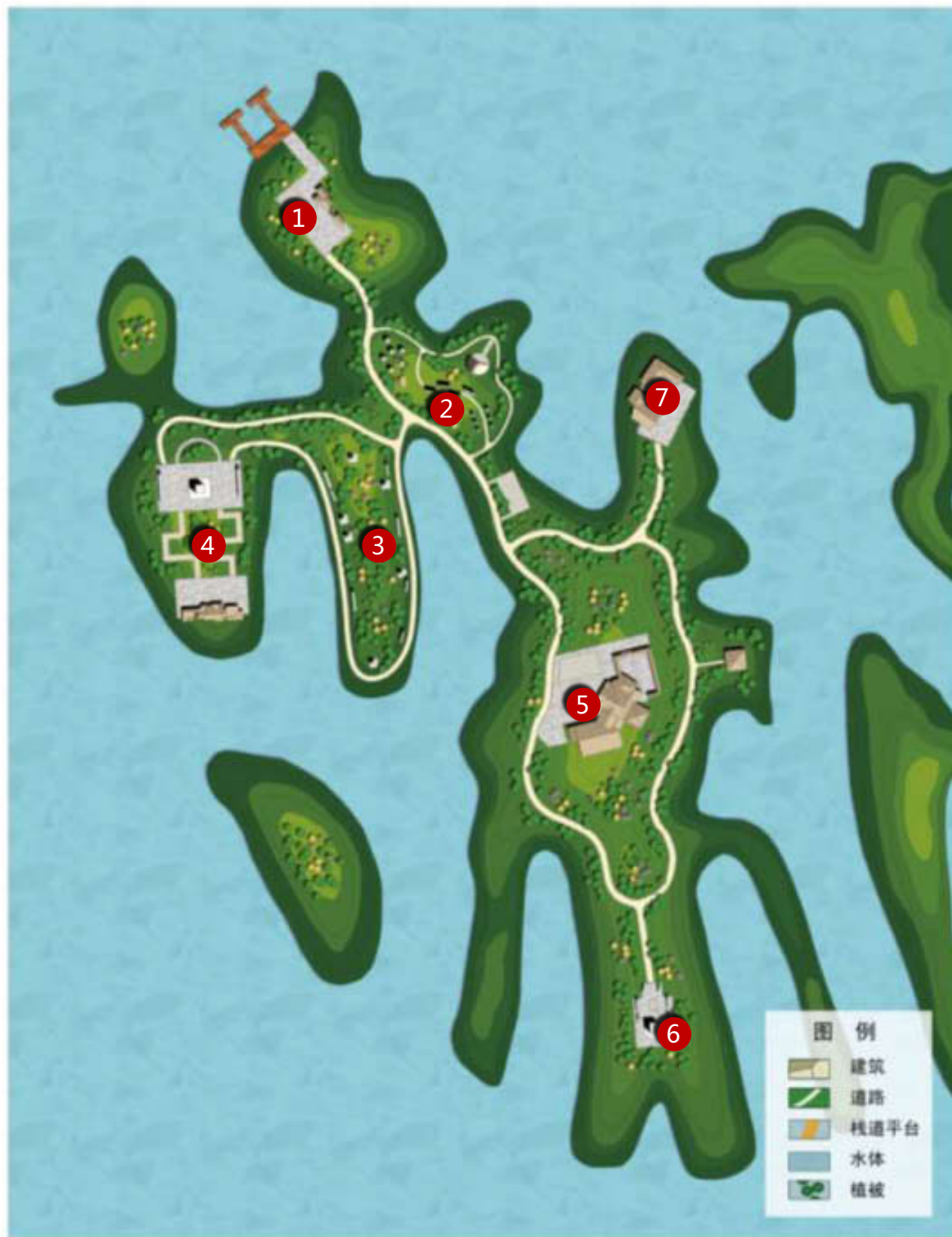
3、设计要点

竹林氧吧的开发建设追求“原汁原味、返璞归真”的理念，将休闲旅游与生态自然巧妙融合，强调人与自然的和谐和对生态环境、旅游资源的保护，是一处融自然生态与保健养生为一体的新型生态游憩园区。

规划的竹林氧吧以“体验生态、健康休闲”为宗旨，将景点分为茶室休闲区、竹林游憩区、竹林野营区、竹林科普区四个区块，设有林中漫步、竹林浴、竹林吸氧、野营、竹林标本采集、环境教育等自然的、野趣的、环保的，充分展示大自然风采的生态旅游项目。游憩于西海竹林氧吧能够缓解疲劳、放松身心，对于处于繁忙和紧张状态的商务人士有极大吸引力。



六、“修河文化园”项目设计



以修河文化为特色，通过影像表现和景观塑造等不同手法，将“修河文化园”打造为文化观光、文化体验休闲、文化朝拜的主题文化旅游区。

修河文化园以历史为轴形成“修河印象”、“名人大观”、“红色印记”、“大坝之光”、“西海圣水”五个主题区域。游客于该园区内可赏“大坝之光”全息影像，览修河名人轶事，盛圣水许心愿。

岛屿位置	位于司马码头北侧岛屿
岛屿面积	80亩/5公顷
生态容量	200人
功能定位	修河文化展示中心
主力项目	修河印象、名人大观、红色印记、大坝之光



- ① 游船码头
- ② 修河印象
- ③ 名人大观
- ④ 红色印记
- ⑤ 大坝之光
- ⑥ 西海圣水
- ⑦ 观景平台

六、“修河文化园”项目设计

（一）大坝之光

——忆往昔，看今朝，览西海沧海桑田

1、项目位置

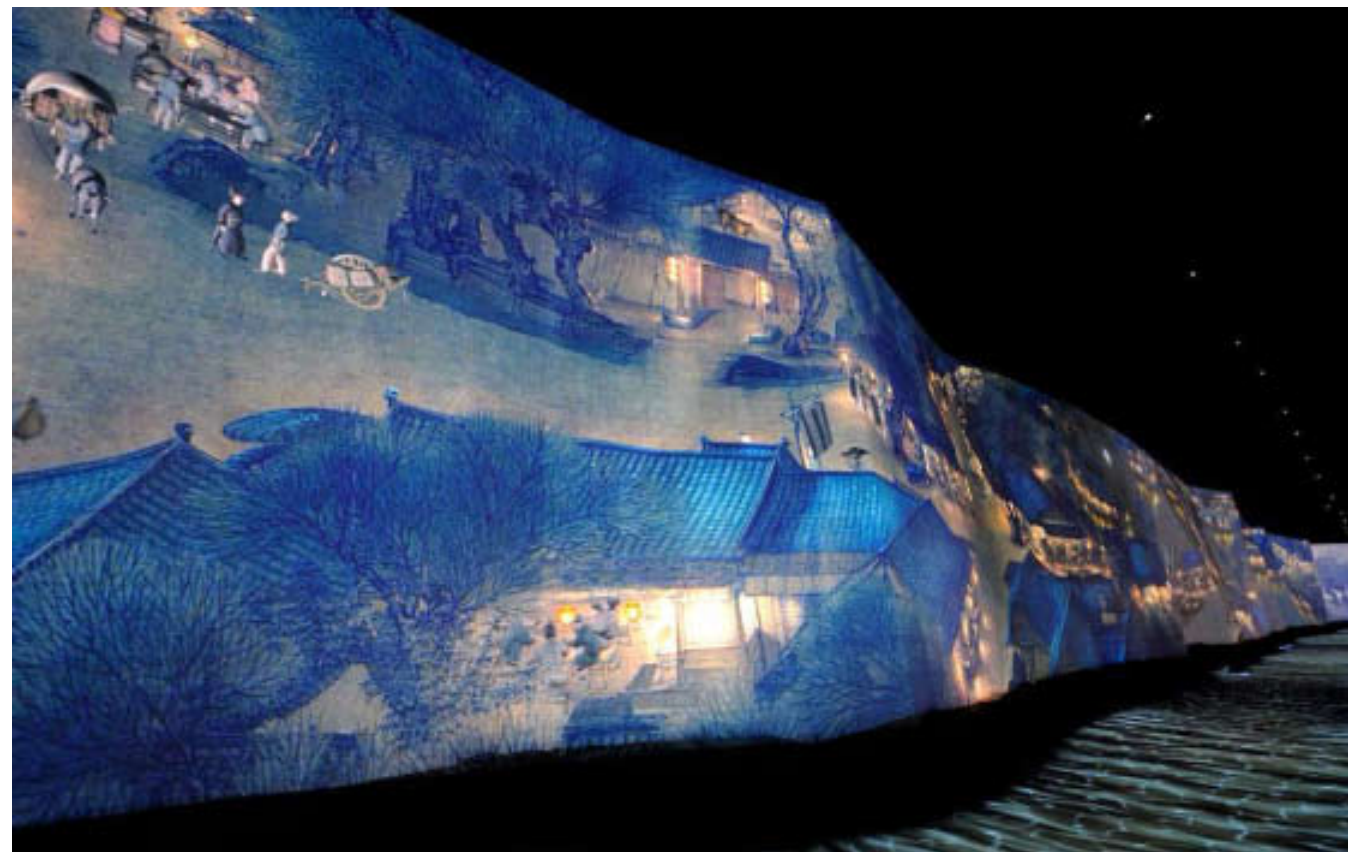
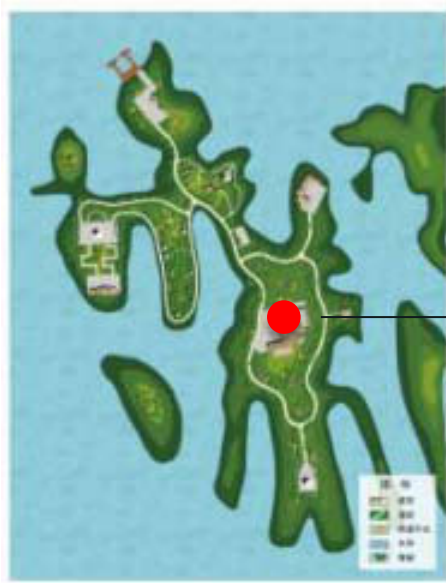
位于桃花岛中部区域。

2、项目功能

创意展示、文化体验

3、设计要点

“大坝之光”是一座呈现今日西海形成过程的全息影像展示馆。上个世纪七八十年代，人们修建“亚洲第一大土坝”将修水拦截，从而形成了目前江西省面积最大的人工湖——西海，更造就了这鬼斧神工般的秀美风光。展示馆利用全息影像、5D特效等技术和手法，再现“亚洲第一大土坝”修筑的艰辛与伟大，展现西海“峰峦成岛屿，平地卷波涛”的雄伟壮观景象。



六、“修河文化园”项目设计

（二）修河印象

——穿越远古，追溯历史

1、项目位置

位于桃花岛北侧区域。

2、项目功能

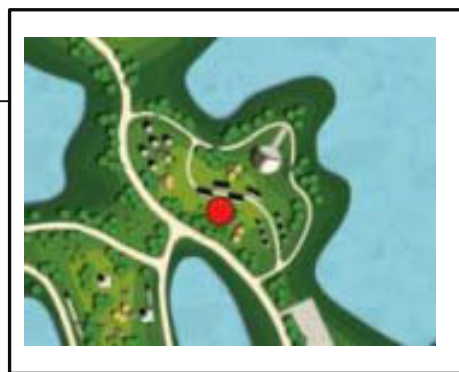
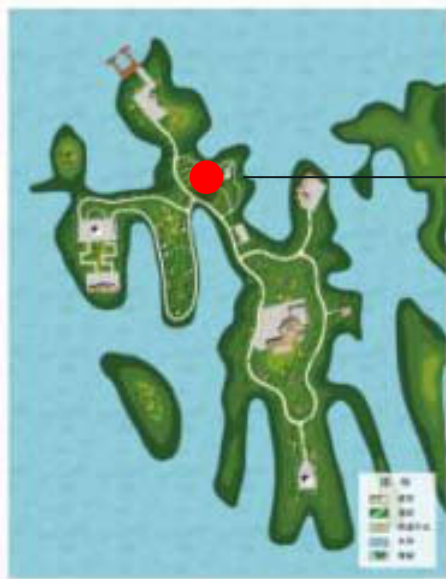
文化展示、观光游览

3、设计要点

该主题区域是“修河文化园”的第一个游览景点，采用墙绘、展板、实景演绎或沙盘的形式，向游客展现修河不同历史时期的自然地理环境和人类生产生活场景，传承和弘扬修河文明和精神。

背景说明：

早在新石器时期，修河就有人类生活。境内上奉镇山背村有新石器遗址，是著名的“山背文化”所在地。商朝时期，在修河的上游已经有了诸侯国出现，这就是建都在今修水县渣津镇龙岗坪台地上的“艾侯国”。当时的艾侯国所辖范围，大致为今修水、铜鼓、武宁、永修一带。艾侯国山水纵横，风光旖旎，亚热带湿润气候使这里雨量充沛，土地肥沃，物产丰富。



六、“修河文化园”项目设计

（三）名人大观

——名人文化的展示基地

1、项目位置

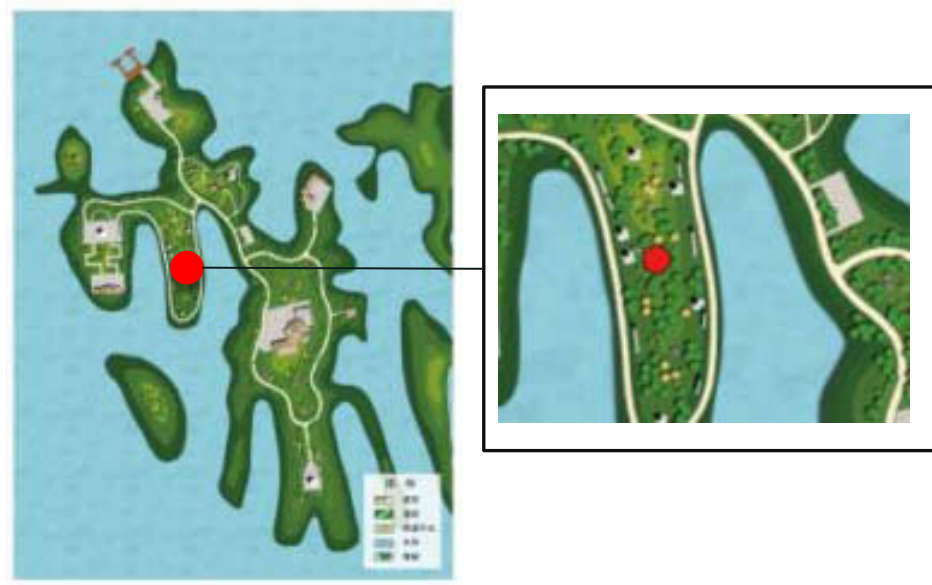
选址于桃花岛西侧的地势平缓区域。

2、项目功能

文化展示、观光游览

3、设计要点

“名人大观”主题区域的打造，运用园林景观设计和雕塑艺术相融合的方式，向游人呈现修河历代有名的先贤名家的生平事迹和代表作品，特别是黄庭坚、陈门五杰（陈宝箴、陈三立、陈寅恪、陈衡恪、陈封怀）和雷氏家族，可单独设立区域强化他们在西海的地位。



六、“修河文化园”项目设计

（四）红色印记

——爱国主义教育园地

1、项目位置

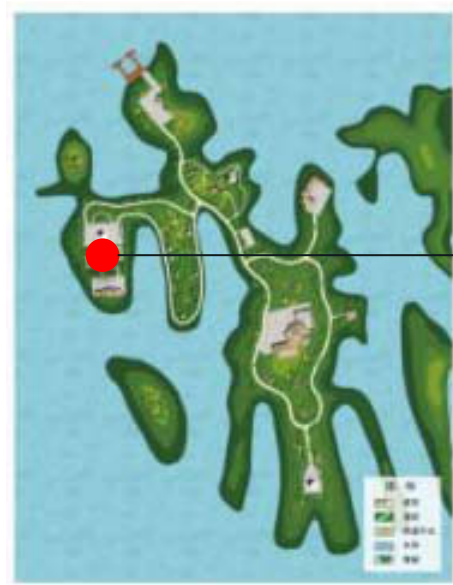
选址于桃花岛西侧区域。

2、项目功能

革命纪念、爱国教育

3、设计要点

“红色印记”以革命先烈—李烈钧的生平为主线，打造成为战争纪念区，纪念区是由纪念馆、瞻仰平台、石雕门坊、观景长廊、纪念浮雕等部分组成。其中，在纪念馆内以多维展示手法展现李烈钧参加的诸多战役的历史背景和相关物品。



七、“渔乐岛”项目设计



渔乐岛以西海“渔文化”为特色，整体打造为水上渔城，开展钓鱼、观鱼、品鱼等各种鱼娱乐活动，游客还能在此观赏到珍稀的水中大熊猫——桃花水母。

岛屿位置	位于现状鱼岛
岛屿面积	159亩/11公顷
生态容量	440人
功能定位	西海渔城
主力项目	西海渔寨、垂钓俱乐部、水下观景长廊、桃花水母万象馆



- ① 游船码头
- ② 垂钓俱乐部西海渔家
- ③ 观景平台
- ④ 水下观景长廊
- ⑤ 桃花水母万象馆
- ⑥ 烟水鱼庄
- ⑦ 西海渔寨

七、“渔乐岛”项目设计

（一）西海渔寨

——“渔文化”休闲娱乐基地

1、项目位置

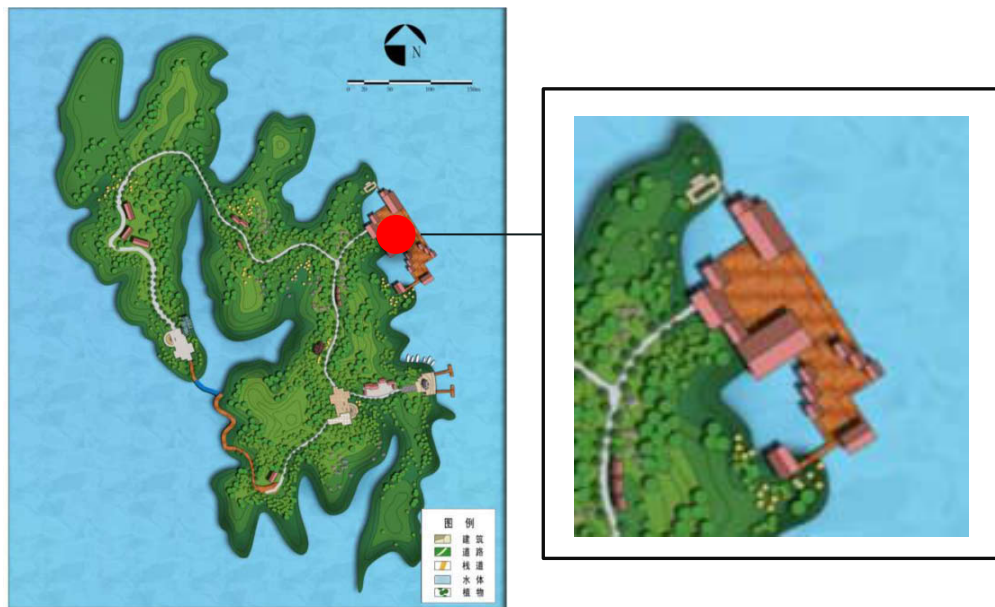
选址于渔乐岛东侧沿岸地势平缓区域。

2、项目功能

文化休闲、美食体验

3、设计要点

西海渔寨以漂浮在水面的寨城为理念，建成帆船造型的水上漂浮建筑群。通过场景演艺的方式向游客们展示西海渔民勤劳朴实的渔家生活，传承西海渔家民俗文化。同时，可开发以西海鱼鲜为主料的各种鱼鲜美食，注册西海有机鱼品牌，并在全国进行营销推广，打响西海鱼鲜料理，间接提升西海旅游知名度。



七、“渔乐岛”项目设计

（二）垂钓俱乐部

——渔闲雅趣，湖上垂钓

1、项目位置

选址于渔乐岛东侧沿岸。

2、项目功能

水上垂钓

3、设计要点

垂钓俱乐部主要为垂钓爱好者提供钓鱼的设施场地，并创造一个交流垂钓心得、体验或技巧的场所氛围。游客还可以将钓得的鱼拿到渔寨烹饪，品尝最鲜美的鱼鲜料理。



七、“渔乐岛”项目设计

（三）桃花水母万象馆

1、项目位置

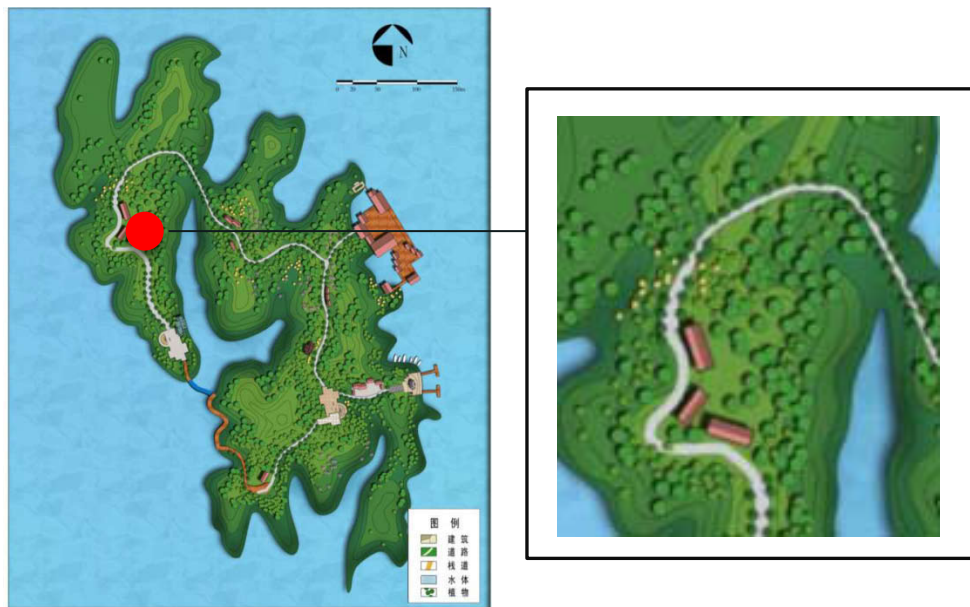
位于渔乐岛西侧区域。

2、项目功能

博览展示、观光游览

3、设计要点

西海是桃花水母繁殖生长的重要栖息地。由于对生存环境要求极高，珍贵度堪比大熊猫，因此桃花水母被称为“水中熊猫”。该项目以生态资源保护为理念，依托西海丰富的野生桃花水母资源，通过灯光、音乐、声电等多媒体特效呈现梦幻的水母展示景象。同时开发桃花水母主题的卡通形象及系列旅游商品，称为西海旅游的一大标志。



七、“渔乐岛”项目设计

（四）水下观景长廊

1、项目位置

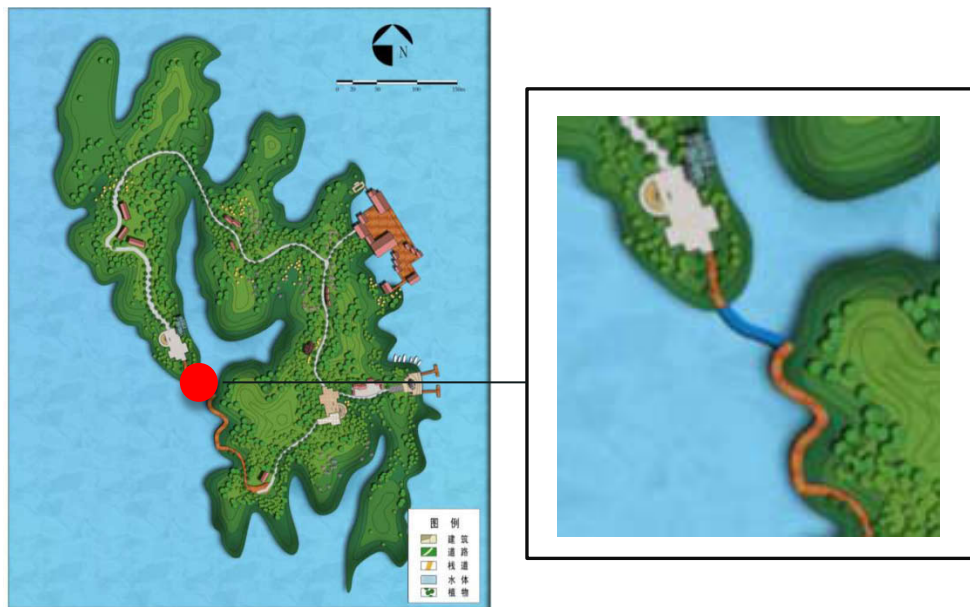
位于渔乐岛峡湾之间的水下廊道。

2、项目功能

特色观光

3、设计要点

水下观景长廊既是水下特色观光廊道，同时也是中国淡水鱼的水下展示空间。游客在水下观景长廊可观赏各类淡水鱼和西海水下景观，成为西海湖岛旅游的一项特色观光游览项目。



八、“茶香岛”项目设计



依托修河流域茶文化资源，深度挖掘茶养生、茶休闲、茶艺教育等旅游产品，将“茶香岛”打造为具备茶文化底蕴的休闲湖岛。在这里，游客可游览茶园，采摘茶叶，看采茶戏，了解茶制作工艺，于水岸边品味茶香。

岛屿位置	位于现状茶岛
岛屿面积	278亩/19公顷
生态容量	760人
特色产品	茶园种植与采摘体验、品西海名茶、赏茶戏荟萃
主力项目	十里茶香种植园、茶多酚养生中心、水上茶坊、茶香小径

- ① 主游船码头
- ② 茶叶展销馆
- ③ 茶香小径
- ④ 制茶工坊
- ⑤ 采茶园
- ⑥ 茶多酚养生中心
- ⑦ 水上茶坊
- ⑧ 次游船码头



八、“茶香岛”项目设计

（一）十里茶香种植园

——集茶叶采摘、茶艺教育与休闲于一体

1、项目位置

位于茶香岛东侧区域。

2、项目功能

采茶戏表演、采茶体验

3、设计要点

十里茶香种植园是以茶园观光、茶休闲功能为主，兼有娱乐、体验、教育等多种功能的综合性游览区。按其不同的性质和功能进行空间区划，包括观赏区、采摘区和服务区三个分区：

观赏区——结合现状茶园景观，打造茶园游步道和采茶女雕像，整体营造在茶园间休闲游憩的悠闲氛围。茶园内设置露天舞台，用以举办不同剧种的采茶戏表演。

采摘区——游客可参与茶农的采摘工作，农具由园区统一提供，增加游客的体验趣味。

服务区——设置简易公厕、农具陈放室、制茶工坊，聘请专业人员为游客讲授系统的茶树种植和茶叶制作工艺的知识，并且开发茶文化主题的旅游商品。



八、“茶香岛”项目设计

（二）茶多酚养生中心

——茶文化主题的康体养生中心

1、项目位置

位于茶香岛西侧半岛的临水区域。

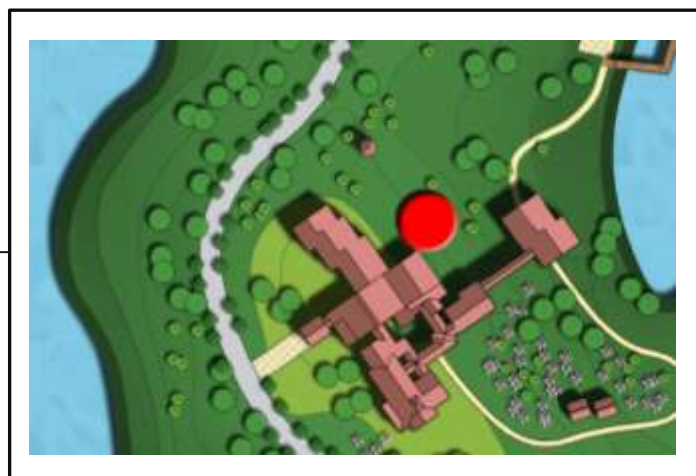
2、项目功能

文化休闲、康疗养生

3、设计要点

茶多酚养生中心是以茶文化为主题的高端养生会馆，以高端游客为主要服务对象。它坐落于茶园景观之中，呈院落式布局，其建筑形态与茶园景观有机融合。

茶多酚养生中心具有茶多酚保健与茶树精油水疗两大特色养生项目，游客在湖岛之上，茶香之间体验最具西海特色的保健养生。



八、“茶香岛”项目设计

（三）水上茶坊 ——湖岛之间的茶香时光

1、项目位置

位于茶香岛西岸的临水区域。

2、项目功能

品茶休闲

3、设计要点

水上茶坊是由沿水岸建造的古朴雅致的生态建筑聚落，采用竹子为主要建筑元素，建筑形态与湖岛景观充分协调。游客在茶坊之中既可以品尝各式精美茶点，又可以欣赏赣北传统音乐和独具特色的茶艺表演。



八、“茶香岛”项目设计

（四）茶香小径

——蜿蜒茶道的古风韵味

1、项目位置

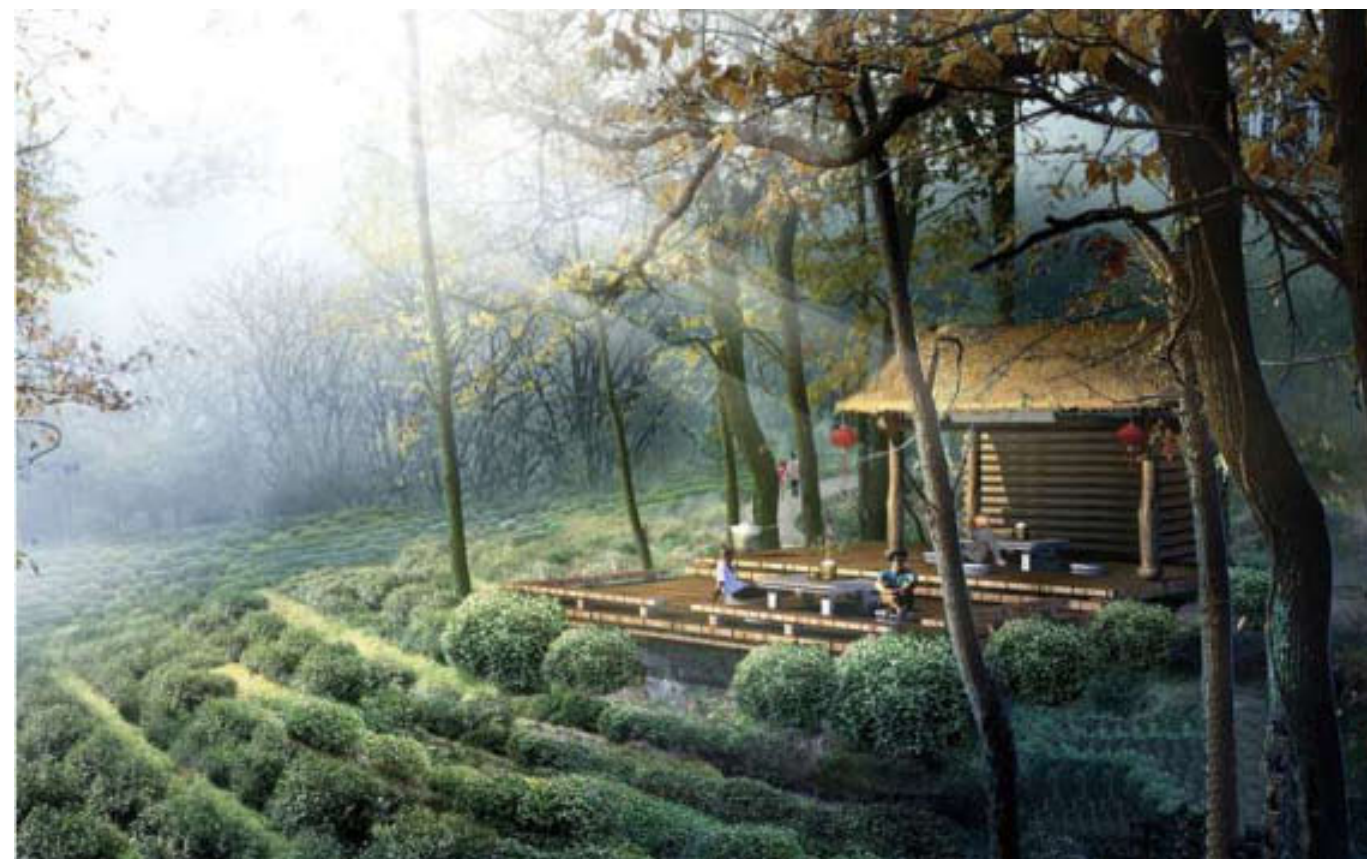
位于茶香岛东侧区域。

2、项目功能

茶文化观光、休闲

3、设计要点

茶香小径由古朴的青石板铺设而成，在小径两旁打造不同造型的茶树景观，同时设置刻有茶文化主题诗词歌赋的石碑，营造风雅格调。



九、“野趣岛”项目设计



野趣岛以“人与自然的关系”为主题，彰显生物的多样性，营造芳草连天、芦花飞雪的美丽景观，打造成为人与动物亲密互动的水上生态乐园。游客在此，可与各种鸟类近距离接触，欣赏鸟类的“华尔兹”，观看动物表演和竞技。

岛屿位置	位于现状墨斗山
岛屿面积	385亩/26公顷
生态容量	1040人
功能定位	人与动物互动的乐园
主力项目	小动物竞技场、芦苇荡、动物秀场、自然八音盒



- ① 主游船码头
- ② 动物秀场
- ③ 芦苇荡
- ④ 自然八音盒
- ⑤ 小动物竞技场

九、“野趣岛”项目设计

（一）小动物竞技场

——动物间的竞速比赛

1、项目位置

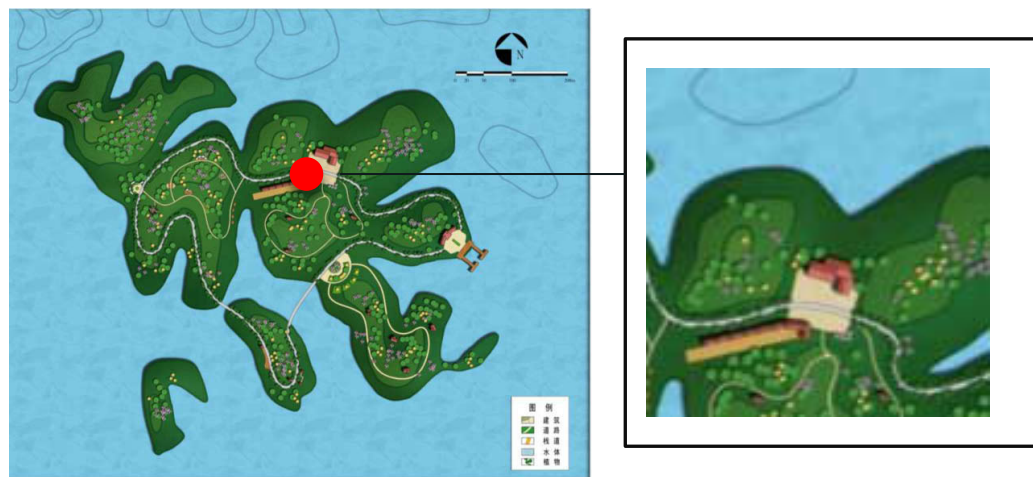
位于墨斗山岛屿的北侧区域。

2、项目功能

生态趣味体验

3、设计要点

常见的动物之间的比赛，像赛马、斗鸡，已经不再新鲜，而观看小猪、兔子的竞技对游客来说有很强的吸引力。在“野趣岛”举办铁猪三项（赛跑、游泳、攀爬）、兔子赛跑，游客参与竞猜的环节，猜中的游客将获得玉米棒子、动物饲料、瓜果等奖品，这些奖品又可以用来喂养动物，进一步加深人与动物间的情感。



九、“野趣岛”项目设计

（二）芦苇荡

——放慢时光，悠享湖岛野趣

1、项目位置

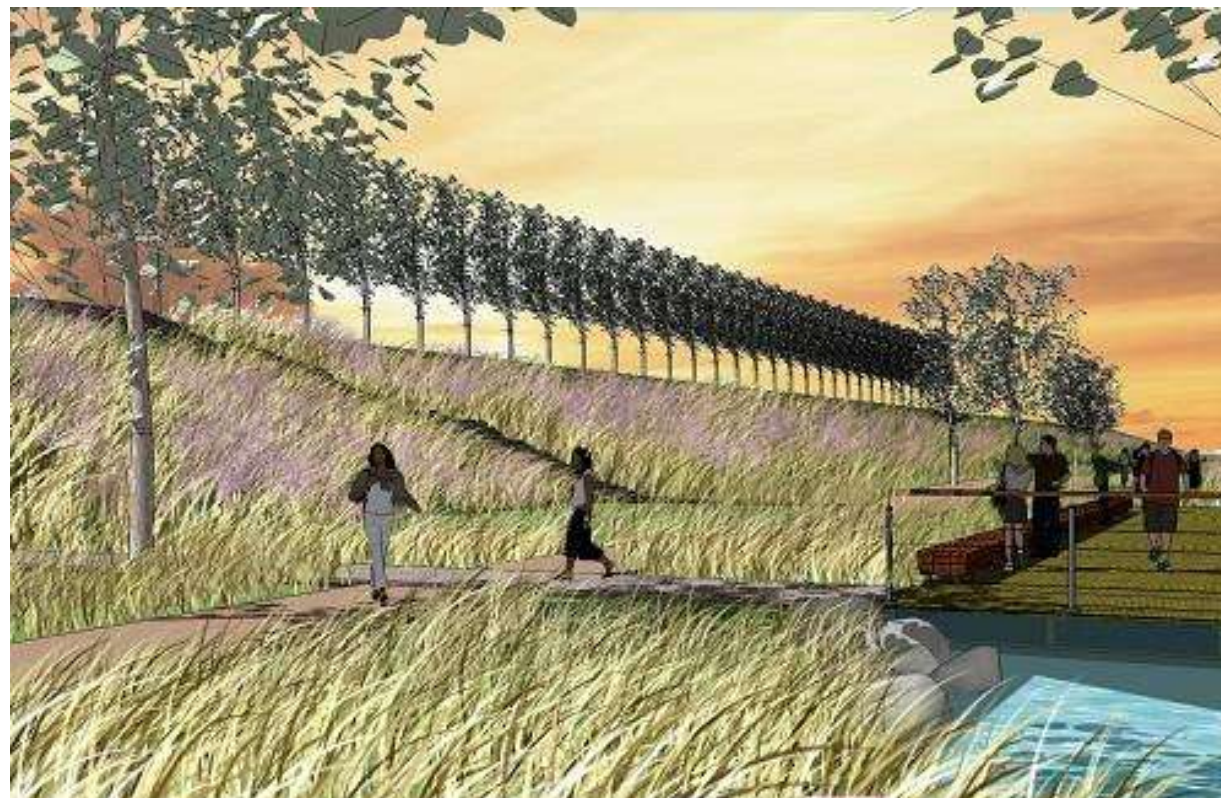
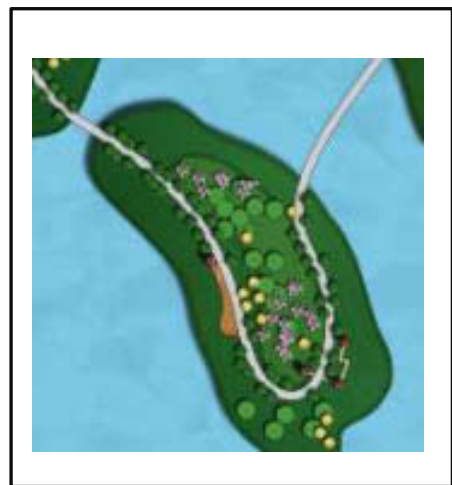
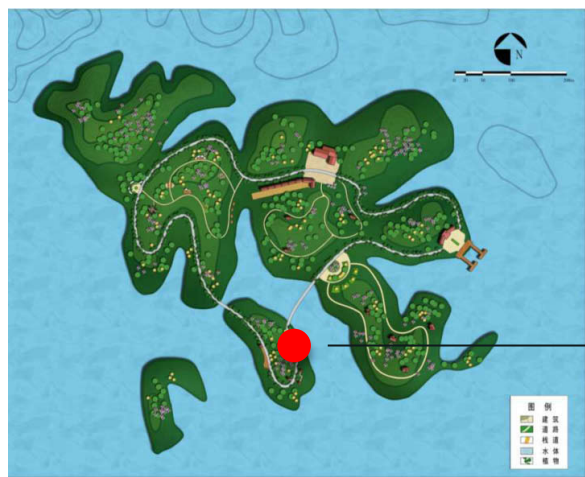
位于墨斗山岛屿的西南侧区域。

2、项目功能

生态体验

3、设计要点

岛岸临水区域培育大面积的芦苇湿地，模拟适合多种鸟类（如白鹤、苍鹭、鸽子等）生存的自然环境，以供它们栖息繁衍。游客在岛上可观赏到“鸟飞千白点，日没半红轮”这一美轮美奂的景象，并能够亲自喂养鸟类，与鸟类合影，这里是鸟类摄影和绘画爱好者的天堂。



九、“野趣岛”项目设计

（三）动物秀场

——动物的特异功能展示

1、项目位置

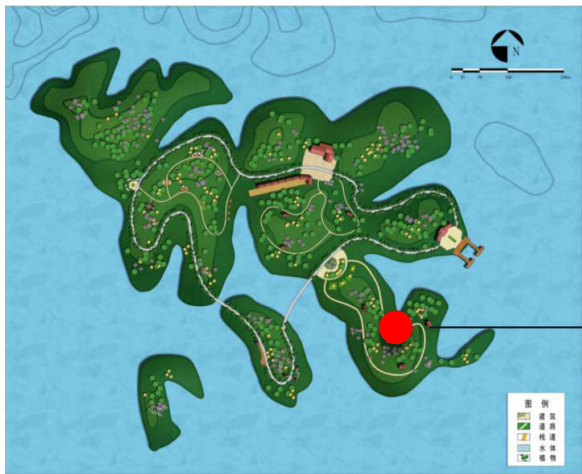
位于墨斗山岛屿的东南侧区域。

2、项目功能

生态趣味观光

3、设计要点

动物表演有鸟禽类表演、灵长动物表演、宠物表演等。鸟类表演鹦鹉升旗、投篮、识字、吊钱等；灵长类和宠物表演骑自行车、抬轿、钻板凳、跳绳、走钢丝等。



九、“野趣岛”项目设计

（四）自然八音盒 ——天籁之音

1、项目位置

位于墨斗山岛屿的东北侧区域。

2、项目功能

自然音乐欣赏、体验

3、设计要点

我国古代《三字经》里记载：“匏土革，木石金，丝与竹，乃八音”，这八种取自自然的原料可制作所有的乐器，“八音盒”即包含所有音乐的一种形象说法。以大自然的声音为环境元素，在“野趣岛”水岸边策划清和风、雨霖铃、竹吟泉、雷响池、鸟语林、虫鸣会、花飞语和光律汀八种原生态的自然韵律，为游客营造一个特色的娱乐体验氛围。

清和风——趣味音乐风车荟萃

设置草地小风车、花坛小风车、风车花廊等景观，并设置一个大型手摇风车，摇动风车可发出风呼声，且摇得越快，风声越大。

雨聆铃——雨帘中的许愿铃

设置人工雨帘，帘中倘棚悬挂许愿铃，游客可在此写下心愿，于泠泠雨帘中听铃声叮当。白天阳光映射雨帘彩虹，夜间灯光形成彩灯雨帘。

竹吟泉——唱出来的泉水

利用虹吸原理建造一个人工多潮泉，泉水边布竹林，有缘人对着泉水唱歌，泉水就会越来越大，继续唱，泉水又会越来越小

雷响池——敢越雷池一步

设置若干个雷桩，技术储存响雷、沉雷、炸雷、滚雷、迅雷等不同的雷声曲子。当游客在其上奔跑时，随机奏响雷曲，并根据游客奔跑速度自动调节雷曲的节奏。

鸟语林——鸟儿伴奏的江边小憩

在树林中挂置鸟笼为游客营造林间鸟鸣的放松空间，以八哥、鹦鹉等会说话的鸟增强游客参与和互动性。林间设置休闲设施。

虫鸣会——可以DIY的虫鸣交响曲

将昆虫模型（如秋蝉、蟋蟀、蜜蜂）通过技术处理可发出对应动物的声音，游客只要按下相应按键，就可自助演奏不同的虫鸣曲。

花飞语——穿行迷宫，情感花语

地面种植或以盆花形式将时令鲜花组成不同的音符形状，并形成迷宫形式的多变花径。配以花篮、花架、花蓬等，不同鲜花配以花语，让游客寻找自己对应的鲜花所代表的智慧与特性。

光律汀——可以踩出音符的水上光廊

水上汀桥，以音阶为元素的听觉音乐体验（走在汀桥上，有音乐奏响）和以琴键为元素的视觉音乐体验（黑白相间的汀桩）相结合。利用灯光系统营造夜间的水上音乐光廊。



九、“野趣岛”项目设计

(四) 自然八音盒
——天籁之音



“花飞语”



“虫鸣会”



“鸟语林”



“光律汀”



“清和风”



“雨聆铃”



“竹吟泉”



“雷响池”

第六章 专项规划

- 一、交通规划
- 二、旅游产品规划
- 三、游线组织
- 四、景观规划
- 五、市场营销
- 六、环境保护规划



一、交通规划

（一）外围交通组织

依托庐山西海便利的水、陆、空交通条件组织西海湖岛的对外交通。

1、铁路

主要利用京九铁路密切联系北京、广东、香港等地，由浙赣铁路组织与浙江、上海等地的交通联系。重点依托南昌火车站、九江火车站与永修县火车站，通过公路交通联系庐山西海与铁路交通。庐山西海距离三个主要火车站的距离分别为105公里、110公里、60公里。

2、公路

庐山西海主要依托永武高速与306省道加强与外围交通的联系。外围交通主要利用福银高速公路加强与九江、吉安、福建、庐山、井冈山等地的交通联系；利用沪昆高速公路强化与上海、浙江、宜春、湖南等地的交通联系。

3、航空

重点利用南昌昌北机场与九江机场，为北京、上海、广州、香港等全国各地及海外游客提供舒适、快捷的旅游交通。庐山西海距离南昌昌北机场约85公里，距离九江庐山机场约95公里。



一、交通规划

（二）内部交通规划

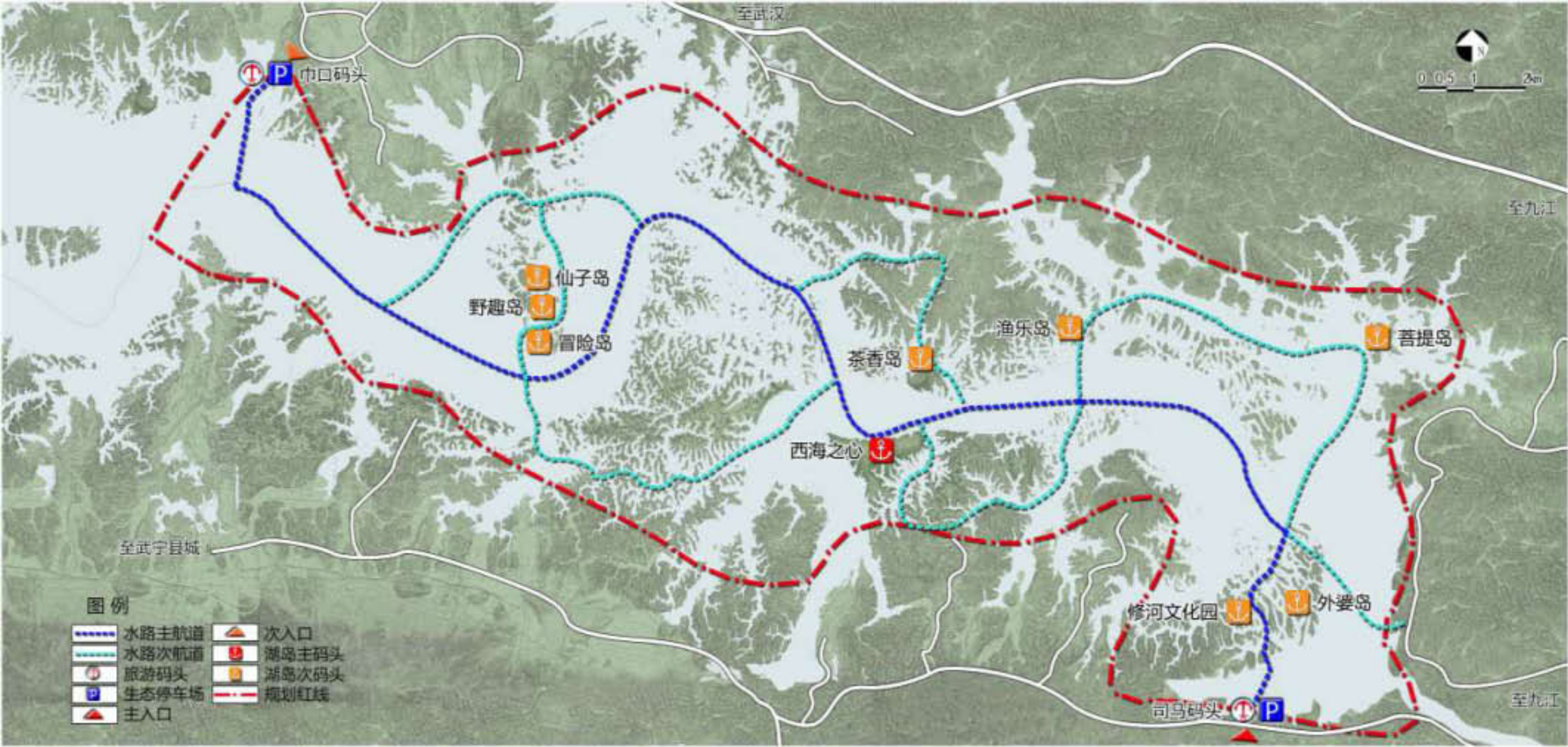
- 1、游船码头规划
- 湖岛旅游设置三级码头：
- 一级码头位于司马码头、巾口码头，为湖岛旅游的主要入口；
- 二级码头位于西海之心，为水上交通综合服务中心；
- 三级码头位于修河文化园、外婆岛、菩提岛、渔乐岛、仙子岛、茶香岛、冒险岛、野趣岛，为游船停泊码头。
- 2、水路交通规划
- 规划区内部水路交通由主航道、次航道二级构成。
- 主航道：为司马码头—西海之心—巾口码头，是构成规划区水上交通系统的主轴线，也是连接一、二、三级码头码头以及旅游核心区的基本通道。
- 次航道：主要沟通“八岛一心”各个区域间的水上交通互联，是主航道向各个景点或游服设施延伸的重要支线。
- 3、游步道
- 各开发岛屿结合地形条件设置环岛游步道系统。
- 4、停车场与码头规划
- 根据旅游产品布局与开发构想合理规划停车场与游船码头，另外结合不同的交通工具停靠的需求，设置相应的服务设施。

表6-1 停车场与码头设置列表

位置	码头	停车场
司马码头	一级码头，湖岛旅游南侧入口	大型生态停车场
巾口码头	一级码头，湖岛旅游北侧入口	大型生态停车场
西海之心	二级码头	-
修河文化园	三级码头	-
外婆岛	三级码头	-
菩提岛	三级码头	-
仙子岛	三级码头	-
茶香岛	三级码头	-
渔乐岛	三级码头	-
冒险岛	三级码头	-
野趣岛	三级码头	-



一、交通规划



交通规划图

一、交通规划

（三）交通设施规划

木帆船：为特色交通工具，服务于大众游客，是西海湖岛交通的经典体验方式。

普通游船：服务于大众游客，可节约水上交通时间。

豪华游艇：服务于高端游客的特色化水上交通工具。

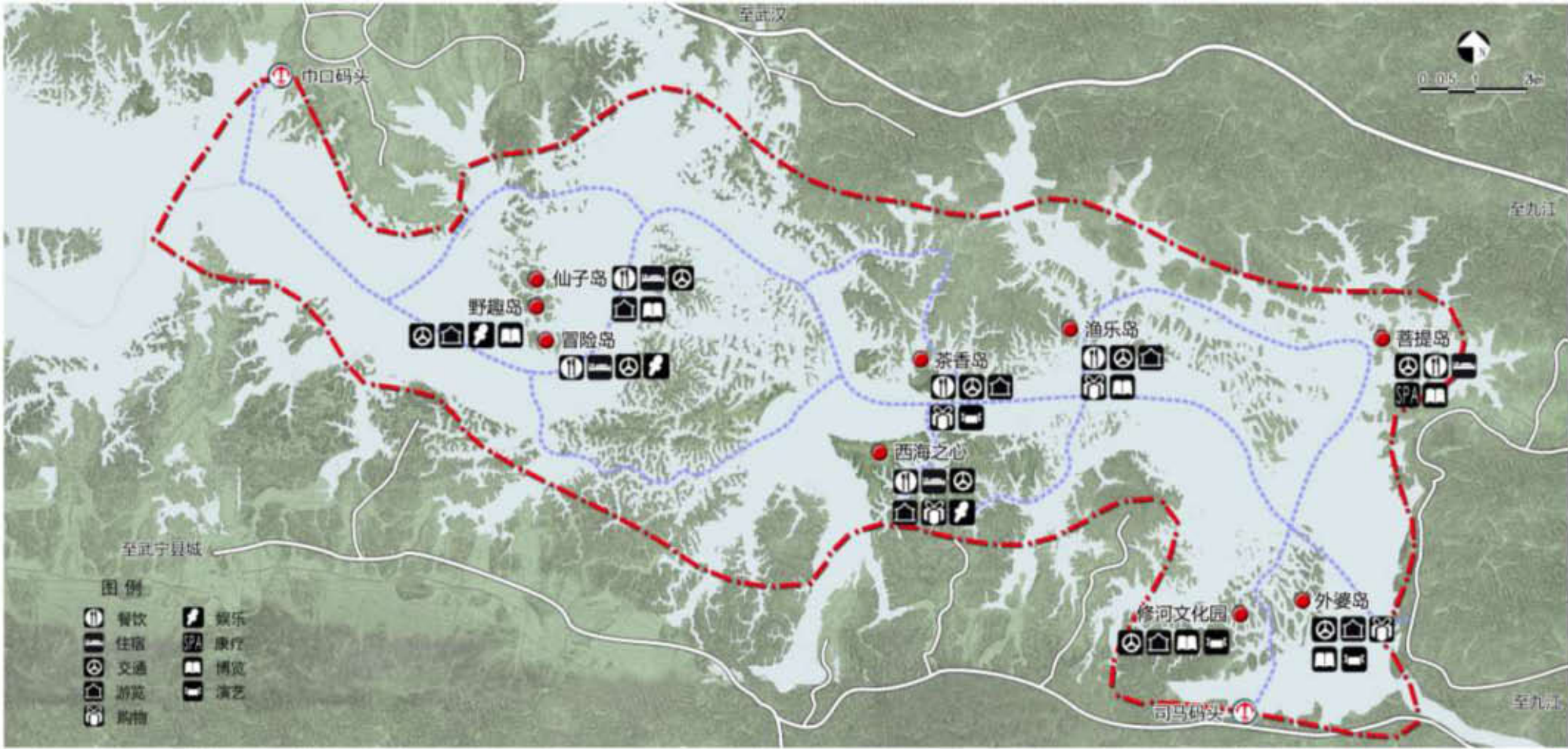
表6-2 交通设施设置列表

交通工具	平均行驶速度 (公里/小时)	使用程度	设置站点	运营方式
木帆船	30	★★★	冒险岛、外婆岛、渔乐岛、西海之心、仙子岛	特色旅游产品，制定航线与班次，由船务公司统一运营。
普通游船	40	★★★★	“八岛一心”	开通水上巴士，制定航线与班次，由船务公司统一运营。
豪华游艇	50	★★	西海之心、菩提岛	在西海之心的水上交通集散中心设游艇码头服务点，对接湖岛两岸的游艇基地。



二、旅游产品规划

(一) 旅游产品功能布局



旅游产品功能布局图

二、旅游产品规划

（二）“木帆船”旅游产品专项设计



- 1、冒险岛：将木帆船作为军事闯关体验中“抢滩登陆”的交通工具。
- 2、外婆岛：作为“船运人家”的主题景观，同时也是“排工号子”实景演艺的舞台背景。
- 3、渔乐岛：以木帆船为主题打造水上渔城，同时也成为独具西海特色的水上餐饮空间。
- 4、西海之心：待远期湖岛旅游开发成熟后，开发木帆船水上夜游产品。
- 5、仙子岛：开发木帆船水上婚礼基地，打造水上浮岛间的木帆船游览方式。

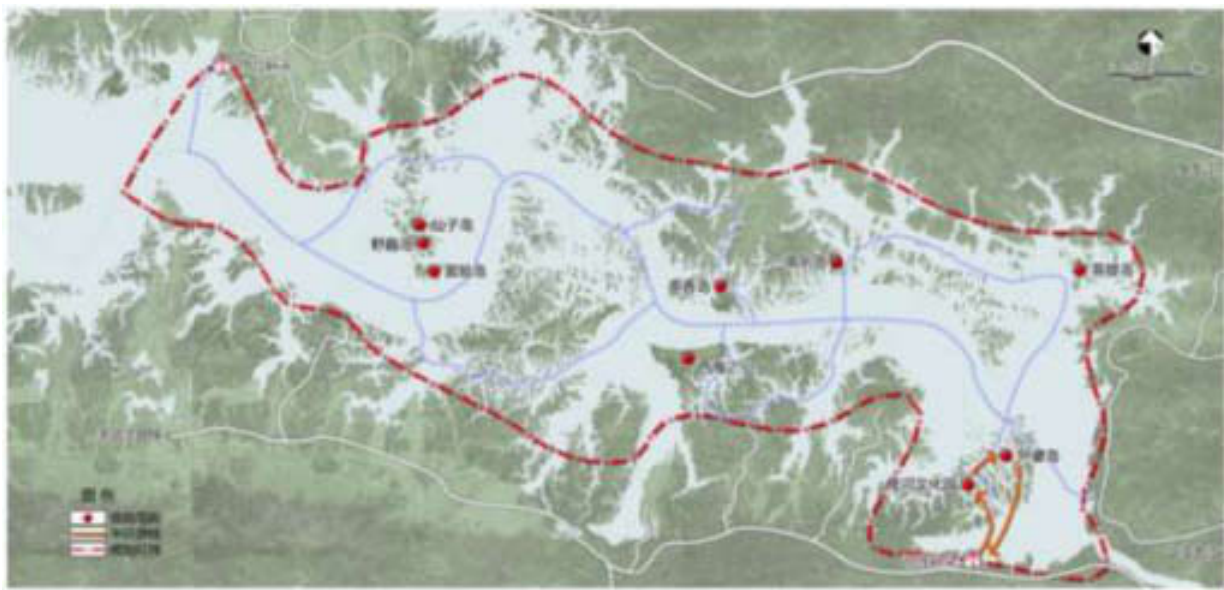


1	2
3	4
5	

三、游线组织

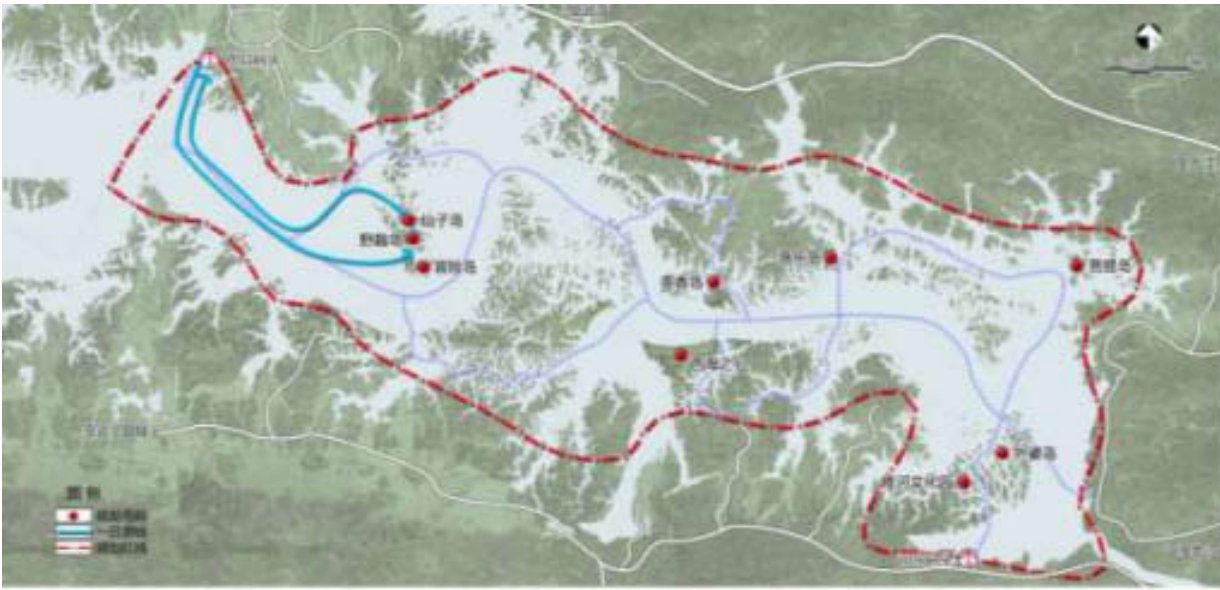
(一) 半日游游线组织

1、文化体验半日游



游线行程	司马码头——修河文化园——外婆岛——司马码头
线路主题	修河文化、趣味民俗
行为方式	1、在司马码头乘坐木帆船来到修河文化园； 2、在修河文化园，观看“大坝之光”全息影像，感受西海变迁，领略西海名人轶事； 3、在修河文化园码头乘坐木帆船，来到外婆岛； 4、在外婆岛听排工号子、做农活、赏戏曲、看灯展、尝美酒； 5、在外婆岛乘坐木帆船返回司马码头，结束旅程。

2、野趣浪漫半日游

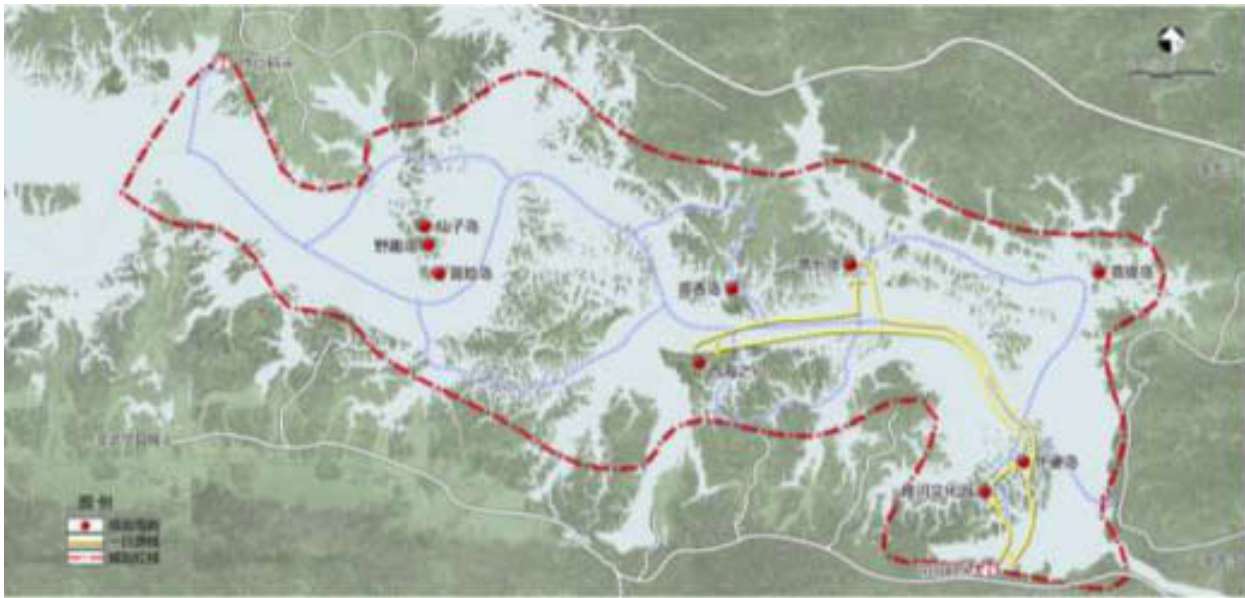


游线行程	巾口码头——野趣岛——仙子岛——巾口码头
线路主题	浪漫婚礼、与自然对话
行为方式	1、在巾口码头乘坐木帆船来到野趣岛； 2、在野趣岛观看小动物竞技和表演，欣赏芦海飞雪和鸟的“华尔兹”，倾听大自然的声音； 3、在野趣岛乘坐游船来到仙子岛； 4、在仙子岛漫步游览婚庆主题花园，乘坐木帆船穿行香草浮岛，欣赏浪漫婚礼，乘坐游船返回巾口码头，结束旅程。

三、游线组织

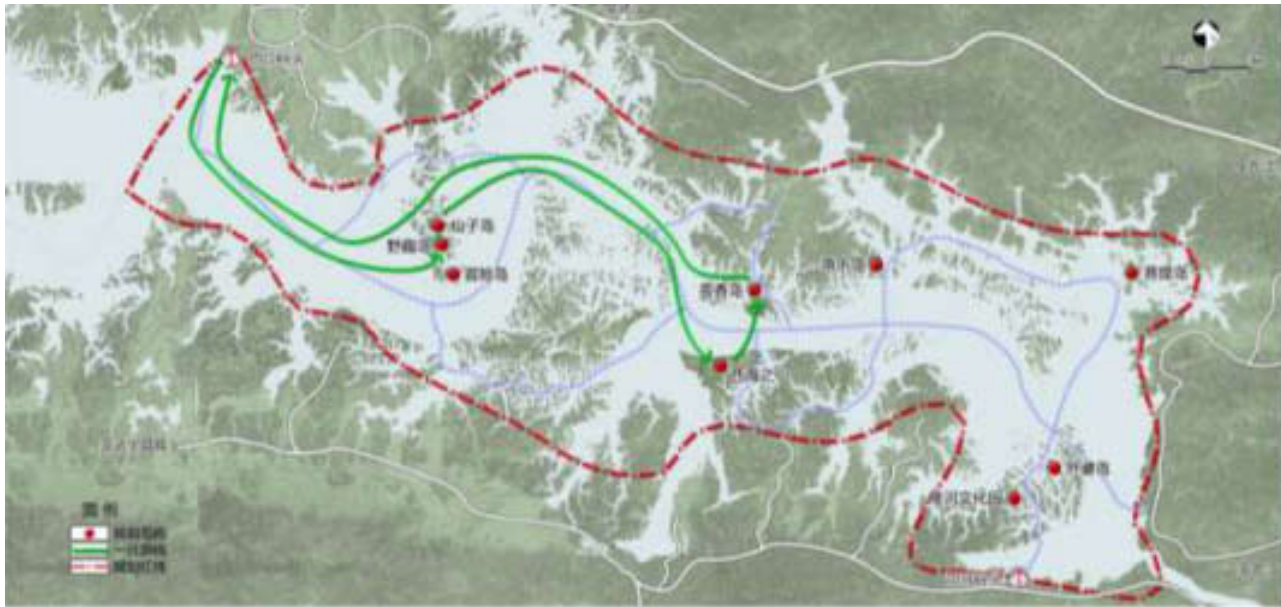
(二) 一日游游线组织

1、休闲体验一日游



游线行程	司马码头——修河文化园——外婆岛——西海之心——渔乐岛——司马码头
线路主题	文化休闲、渔乐体验
行为方式	1、在司马码头乘坐木帆船来到修河文化园，在修河文化园，观看“大坝之光”全息影像，感受西海变迁，领略西海名人轶事； 2、在外婆岛听排工号子、做农活、赏戏曲、看灯展、尝美酒； 3、在外婆岛乘坐游船来到西海之心，登天空之塔，看湖岛美景，并享用午餐； 4、乘坐游船来到渔乐岛，参观桃花水母万象馆，漫步水下观景长廊，在购买“西海鱼鲜”后乘坐游船返回司马码头。

2、运动浪漫一日游



游线行程	巾口码头——野趣岛——仙子岛——西海之心——茶香岛——巾口码头
线路主题	轻松欢乐、浪漫记忆
行为方式	1、在巾口码头乘坐游船来到野趣岛，观看小动物竞技和表演，欣赏芦海飞雪和鸟的“华尔兹”，倾听大自然的声音； 2、乘坐游船来到仙子岛，漫步游览婚庆主题花园，乘坐木帆船穿行香草浮岛，欣赏浪漫婚礼； 3、乘坐游船来到西海之心，登天空之塔，看湖岛美景，并享用午餐； 4、乘坐游船来到茶香岛，看采茶戏，体验茶园采摘、茶叶制作，品茶香，乘坐游船返回巾口码头。

三、游线组织

（三）二日游游线组织

1、西海经典二日游



游线行程

D1: 司马码头——修河文化园——外婆岛——渔乐岛——西海之心
D2: 西海之心——茶香岛——仙子岛——野趣岛——司马码头

行为方式

D1: 从司马码头出发依次游览修河文化园、外婆岛、渔乐岛、西海之心，在渔乐岛享用午餐，在西海之心享用晚餐，晚上入住西海之心的休闲木屋；
D2: 从西海之心出发，依次游览茶香岛、仙子岛、野趣岛，最后返回司马码头。（在仙子岛享用午餐）

2、西海品质二日游



游线行程

D1: 巾口码头——野趣岛——仙子岛——茶香岛——西海之心
D2: 西海之心——渔乐岛——外婆岛——修河文化园——巾口码头

行为方式

D1: 从巾口码头出发依次游览野趣岛、仙子岛、茶香岛、西海之心，在仙子岛享用午餐，在西海之心享用晚餐，晚上入住西海之心的休闲木屋；
D2: 从西海之心出发，依次游览渔乐岛、外婆岛、修河文化园，最后返回巾口码头在。（渔乐岛享用午餐）

四、景观规划

（一）景观规划原则

- 1、注意与庐山西海风景名胜区整体景观的有机衔接；
- 2、突出旅游区湖岛景观特征，近湖区域尤其是岸线一带，务必要保持自然特色，展现柘林湖的自然野趣；
- 3、营造景观节点、轴线和区域景观的协调统一，打造主题景观区域，突出旅游区景观形象；
- 4、丰富景观原色，尤其注意绿化手段的实施，形成视觉景观的多样性；
- 5、以禅文化作为建筑景观塑造的主要线索和风格源头，营造禅意湖岛的景观氛围。

（二）景观设计要点

- 1、规划区以柘林湖各岛屿为主要景观元素，构成防护绿带、绿色景观带、和设施景观带三个层次，构成独特的湖滨风貌、水上风貌、文化风貌和民俗风貌。
- 2、在湖岛滨水区域，形成天空之塔、漂浮禅台、西海渔寨、香草浮岛等标志性的湖岛景观，利用绿化、景观化充分发挥生态环境的影响力。
- 3、通过自然生态景观与建筑景观相互穿插，相互结合，形成具有特色的旅游区景观。通过重点景观的营造形成旅游区的核心景观标志。
- 4、点、线、面结合的景观构成，满足各层面的景观需求，形成旅游区良好的景观环境。

（三）景观结构

为了突出柘林湖的文化内涵和景观特色，确定西海湖岛旅游的景观结构为

“一心、八景”

一心：即西海之心，将西海之心打造成为湖岛旅游的景观核心。西海之心的天空之塔为西海的地标景观。

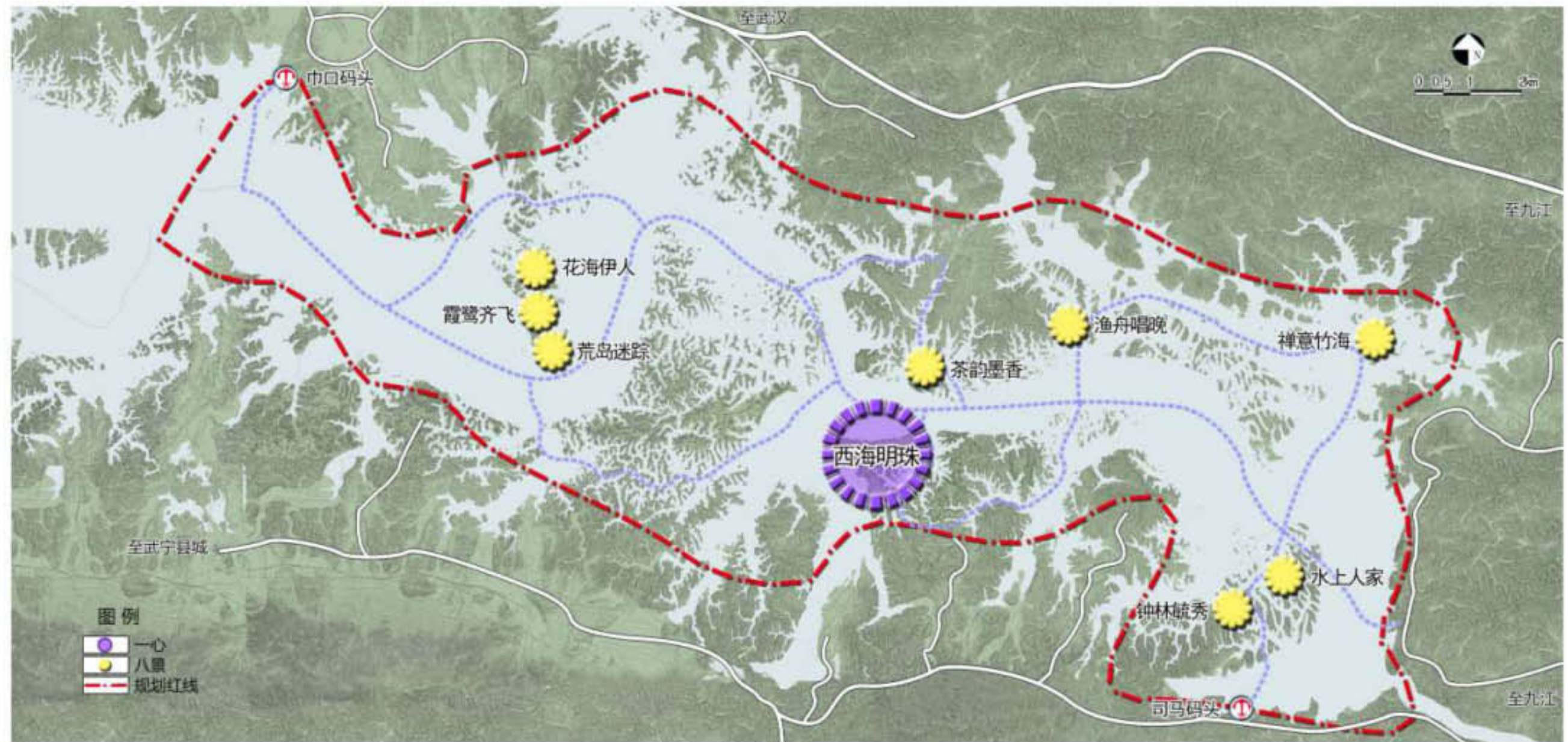
八景：在保持湖岛生态的基础上，八个主题岛屿各自具有鲜明的景观主题。

表6-3 景观结构分析列表

岛屿名称	景观主题	景观意向
西海之心	西海明珠	西海湖岛的景观中心
修河文化园	钟林毓秀	西海山川秀美，人才辈出的文化意境
外婆岛	水上人家	岛上民俗村落浓郁的生活文化气息
菩提岛	禅意竹海	竹林间的悠远禅味
渔乐岛	渔舟唱晚	渔家灯火间的渔城水寨
茶香岛	茶韵墨香	水上茶园的怡然飘香
仙子岛	花海伊人	蜜月花园的浪漫情怀
冒险岛	荒岛迷踪	荒岛探秘的刺激景象
野趣岛	霞鹭齐飞	落霞与白鹭齐飞的唯美画面



四、景观规划



景观规划图

五、市场营销

（一）总体营销目标

抓住“特色”，营造“环境”，积极“造势”，以创新的营销理念结合传统营销手段，迅速推出西海整体形象，提升西海旅游品牌知名度，积极主动与其他景区合作和交流，促使当地及周边主流媒体不断聚焦西海湖岛旅游，实现旅游业跨越式发展。

（二）主题形象

依托庐山西海的文化底蕴和资源优势，充分考虑旅游者行为方式和偏好，以婚庆蜜月、拓展运动、康体养生、文化体验四个主力市场为突破点，将庐山西海的主题形象设计为：

奇幻湖岛，逍遥西海

主题形象凸显了西海旅游项目的“新奇”：众多奇特欢乐的项目让游客有着与众不同的旅游感知，享唯美浪漫的帆船婚礼，听雄浑豪迈的排工号子、观趣味无穷的动物竞技，享奇妙立体的“大坝之光”，住蜜月小筑、禅茶竹屋…

主题形象体现了西海湖岛景观的“梦幻”：于湖面上闲游，千岛间穿行，如梦如幻，足以让人陶醉，岛上繁花烂漫、渔舟唱晚、茶韵留香、芦海飞雪、明珠闪耀更是叫人流连忘返…

主题形象蕴含了西海旅游意境的“逍遥”：在西海湖岛可以随意地观光、随意地娱乐、随意地购物、随意地休闲，展现一种逍遥快意的湖岛旅游意境。



（三）旅游形象宣传口号

旅游形象口号是旅游者首先接触到的有关旅游地的形象与信息。在旅游竞争日益激烈、旅游信息海量增长的今天，一个朗朗上口、特色鲜明、意境优美、过目不忘的优秀旅游宣传口号，对旅游地的发展有着极为重要的作用。

为凸显湖岛的主题形象，针对目标市场设计以下宣传口号：

婚庆蜜月市场：爱琴海太远，来庐山西海吧！

户外运动市场：活力西海，生态湖岛

会议度假市场：山水禅心，醉美湖岛

拓展培训市场：红色激情，突破自我



五、市场营销

（四）营销理念创新

1、个性化营销

个性化营销即旅游目的地要把对游客的关注、游客的个性释放及游客的个性需求的满足推到空前中心的地位，与客源市场逐步建立起一种互动关系，及时地了解市场动向和游客需求，向游客提供一种人性化的旅游产品和服务。比如，规划建立的婚礼服务中心、禅修讲堂、禅茶竹屋、垂钓俱乐部等可以通过建立消费者个人数据库和信息档案，与消费者保持友好交流的关系；而户外拓展基地、荒岛生存体验营、禅修讲堂等则可以根据不同游客群体的需求推出不同的娱乐、运动和教育项目。

2、情感营销

除了要关注游客的需求、个性等，同时应充分发觉游客心理和情感上的渴望，通过分析游客的情感和需求，与其建立新型关系。从情感上进行产品的设计和营销推广。并在服务中让游客有所感动，吸引二次消费。

微电影营销策略

微电影营销，不同于商业化的影视大片，也不同于大众言论的视频短片，它是介于两者之间的一种新媒体网络化的营销手段。对于企业来说，微电影是完全为企业而定的影视营销。这点与影视植入广告相同，只不过它没有采用广告那生硬的宣传方式，而是采用了一种更加柔和的，融入故事本身叙事风格中，使观众在潜移默化中接受企业品牌。微电影由于受到时间限制，因此微电影以情节制胜，这与商业大片有些类似，而企业可以比较轻松而自然地将品牌信息融入到故事情节中，以通过故事主人公的“事与情”达到升华、突出表现或引发关注情感共鸣等。

参考案例：《再一次心跳》

2012年4月10日，澳大利亚旅游局在北京举行新闻发布会，宣布澳大利亚首部旅游微电影《再一次心跳》于4月12日在中国内地及香港正式上线。该片将澳大利亚的人文风光以浪漫唯美的微电影形式呈现，并由此拉开微电影数字营销的序幕，借助名人号召力及网络宣传推广，吸引更多大中华地区的消费者赴澳旅游。据悉，随着微电影的推出，澳大利亚旅游局部署的一系列数字营销战略也将随之展开，通过各类网络平台吸引消费者参与到此次活动中。

3、绿色营销

西海湖岛旅游区在整个旅游营销推广过程中应充分体现环保意识、生态意识和社会意识，向旅游者提供生态的、无污染的、绿色的旅游产（商）品和服务，引导并满足旅游者有利于环境保护及身心健康的需求，以此来吸引休闲度假游客。通过绿色营销实现生态环境和社会环境的保护及改善，维护整个生态系统的平衡，进而实现区域社会、经济、生态的可持续发展。

4、联合营销

加强西海湖岛旅游区与周边景区联系，整合区域优势资源，形成多个区域联合营销体，对庐山和环鄱阳湖经济圈的宏观旅游市场进行大力宣传造势，以造势的“效应”来做足旅游区的客源市场，以此实现区域旅游资源共享、产品差异互补、线路相连、客源互送、相互宣传的目的，形成区域对外宣传合力。借势“庐山·西海”的品牌效应，充分发挥联动效应。



五、市场营销

（五）市场营销策略

1、价格策略

针对不同的游客群体进行差异化定价策略。学生证、老年证军官证等享受折扣优惠；人数达到15个以上，团体票价格；本地居民免门票。根据当地旅游淡旺季的情况，对景区门票价格进行调整，旺季价格保持不变，淡季可进行适当的折扣优惠。

2、产品策略

寻求旅游区特色产品与特定客源市场的最佳结合，形成互动合力。只有在把握受众客源市场需求心理的基础上，有针对性地设计和宣传旅游产品，才能够有的放矢，达到事半功倍的效果。

掌握市场需求，丰富产品组合。任何旅游产品都有特定的生命周期，在市场上都有从成长到衰退的发展过程。因此，旅游区应同时经营多个品种的旅游产品，不断地丰富和优化产品，使各种产品分别处于不同的生命周期阶段，并且在各种产品之间保持一个最优的组合结构。

建立旅游产品体系。根据旅游区资源的特征、与周边景区（点）的竞争合作关系和旅游市场的发展趋势，应建立完善科学的旅游产品体系。

3、渠道策略

渠道建设的实质是通过建立各种渠道让消费者购买到旅游区的旅游产品。其旅游渠道建设，建议从以下几个方面开展：

以方便潜在客人购买和降低渠道建设成本的原则为指导，根据旅游区未来旅游市场的主要特征，采用直接和间接相结合的方式，建设和完善旅游区旅游产品的销售渠道，扩大市场占有率。对周边近距离市场，以直接宣传为主，中远程市场应有针对性地结合当地旅行社和主要旅游企业，进行间接销售，形成旅游产品的行销通路。

面向各个主要目标客源市场，启动散客市场。建立旅游区专门网站，开发信息系统，包括网上游客查询、反馈系统和预定系统等网络建设。对负责网站工作的职员进行培训，内容包括：网站的营销技巧，网络发展的技术趋势，收集、分析和管理工作web信息的技巧，制定web信息采集规范和标准的技巧。

邀请重要目标市场的主要旅行商（社）前往旅游区进行线路或产品考察，对产品进行评估，尽最大可能与之形成合作关系，并在条件允许的重要目标市场，逐步建立销售代理机制，由有实力的旅行商全面代理所在度假区的产品渠道经营权。

4、促销策略

广告促销：与周边旅游景区以及重点旅游市场范围内的一些电视台和报纸行业进行合作策划促销活动。例如收视率比较高的旅游卫视、东方卫视等进行专题节目制作或合作开发各种娱乐活动，可以抓住江西省发行量大的报纸开设旅游专栏进行促销。广告发布宜集中在各市场游客出行高峰前的一个月。

节事促销：地方节事活动既是一种旅游产品，是集经贸交易、文化交流与民众休闲游乐于一体的活动，同时也是一种旅游宣传方式。可以通过开展各种旅游节事，并对节日进行注册，征集节日的冠名权、会徽和吉祥物，也可以与相关协会合作，对当地旅游区进行征文活动。

公共关系促销：由政府组织开展一些绿化工程、生态环保等公益活动，或进行一些当地新人新事的新闻报道，来提高本地的社会知名度。

人员促销：组织人员直接到大型企事业单位、学校等去进行促销，或在武汉、南昌、合肥、长沙等主要目标城市的火车站、各汽车站、步行街等一些人流量大的区域做专题宣传活动等。在省内外的旅游展销会和旅游交易会上分发旅游区促销信息。

制作一套完善的促销材料，包括旅游区地图（手册）、单页游览介绍、度假区介绍光盘和度假区旅游纪念卡片等。



六、环境保护规划

（一）环境保护及优化目标

1、总体目标

- 中国最佳湖岛生态旅游地
- 人与自然和谐共处旅游区
- 可持续发展的湖泊旅游示范基地
- 水文生态环境保护教育基地

2、具体目标

空气质量达GB 3095-1996的一级标准；
噪声质量达到GB 3096-1993的一类标准；
污水排放达到GB 8978的规定。地面水环境质量达到GB 3838的规定。人体直接接触的娱乐水体达到GB12941-1991A类标准，与人体非直接接触的景观娱乐水体达到GB12941-1991B类标准，生活饮用水水质达到GB5749的要求，其他水体达到GB3838；
公共场所卫生达到GB9663-9673和GB16153的要求，卫生设施符合国家规定，餐饮服务配备消毒设施，不应使用对环境造成污染的一次性餐具；
所有新建建筑采用；
所有新建建筑采用环保型材料以及清洁能源的设施、设备。

（二）生态容量测算

湖岛生态容量的测算依据《风景名胜区规划规范》中关于“游憩用地生态容量的相关指标。根据湖岛用地类型，参照草地公园的允许容量和生态指标。

表6-4 岛屿生态容量测算表

岛屿位置	岛屿面积 (公顷&亩)	生态容量指标 (人/公顷)	生态容量 (人)
西海之心	80公顷（1200亩）	40	3200
修河文化园	5公顷（80亩）	40	200
外婆岛	8公顷（120亩）	40	320
菩提岛	14公顷（210亩）	40	560
渔乐岛	11公顷（159亩）	40	440
茶香岛	19公顷（278亩）	40	760
仙子岛	26公顷（390亩）	40	1040
冒险岛	16公顷（244亩）	40	640
野趣岛	26公顷（385亩）	40	1040
合计	—	—	8200

至规划期末，年游客接待量预计达到80.8万人次，按250天的适游天数测算，日均游客量为3232人，约为生态容量的39.4%。高峰期游客量按日均游客量的2倍测算，则期末高峰期游客量将达到6464人，为生态容量的78.8%，因此在湖岛旅游开发成熟后，应严格控制游客量，同时通过开发新岛屿的方式，减轻开发成熟岛屿的生态压力。



六、环境保护规划

（三）分级保护思路

保护级别的划分是以景源价值、区域对生态平衡的重要性以及客观的实际情况为依据，同时参照“云居山-柘林湖风景名胜区”总体规划的相关要求。本次规划对重要的生态资源，比如珍惜水体、生物等这些区域划分为核心保护区；将次要景物、景源、水域的周边区域划分为缓冲保护区；在旅游区范围内，将以上保护区之外的区域划分为三级保护区。

1、核心保护区

划定柘林湖水体景观区域为核心保护区。

在核心保护区内杜绝污染和破坏，严禁修建任何破坏生态系统的建筑物，保证生态的原生性和景观的自然与和谐；不得安排住宿床位，机动车辆不得进入该区域；水体严禁任何污染物排放，进行定期检测；严禁一切违法行为的发生和任何有关破坏生态行为的发生；加强水体的保护与监测，严禁各种垃圾的随意丢弃。

2、缓冲保护区

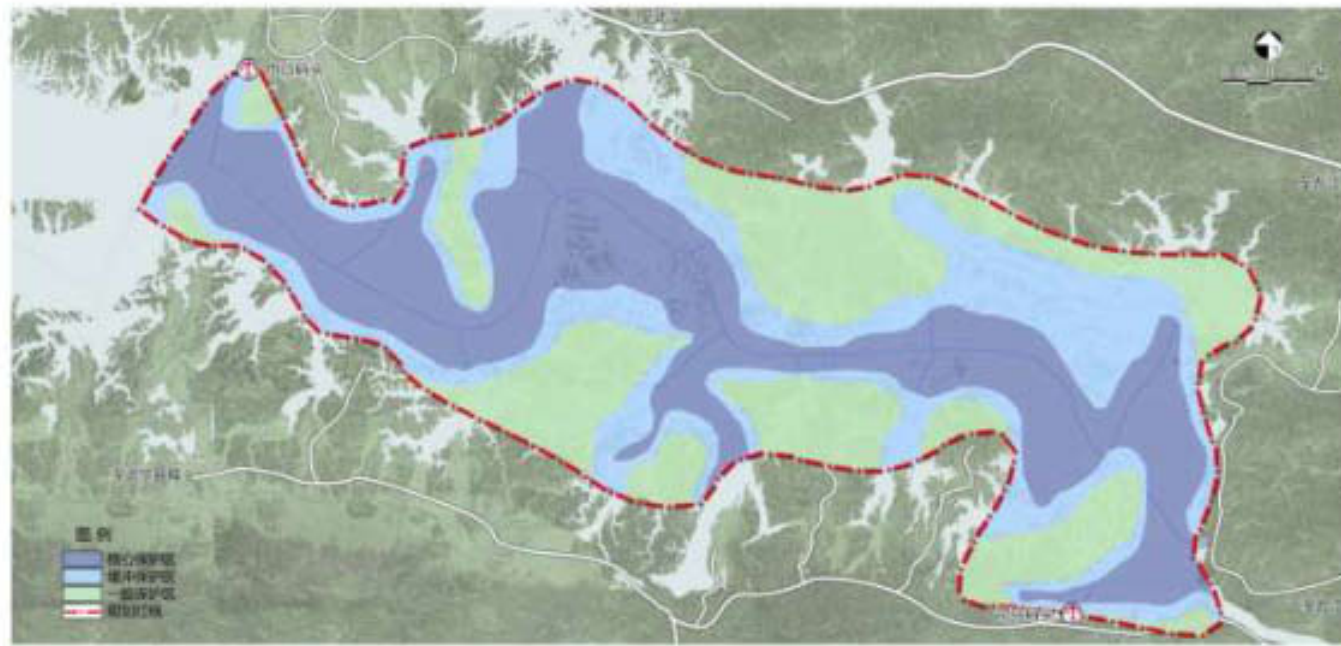
核心区边界的过渡地带。主要保护对象为规划区内的群岛、湖泊以及其中的生态系统等。

缓冲保护区严禁建设对环境构成污染破坏的项目，保证旅游环境的协调性，为规划区营造一个宜人美观的空间。

3、一般保护区

缓冲保护区之外的规划范围。

此范围内应执行国家一般的环境保护标准，对于公共旅游窗口，应加强景观的营造，增加绿化面积，形成良好的外围旅游气氛。



分区保护规划图

六、环境保护规划

（四）环境污染因素及减缓措施

1、环境污染因素分析

- （1）废水污染源：营运期废水主要来自旅游接待设施排放的生活污水。
- （2）大气污染源：规划区内旅游接待设施产生的餐饮油烟对环境空气产生一定影响，尤其是接待宾馆生活锅炉产生的废气对大气产生较严重污染。
- （3）噪声污染源：营运期噪声主要来自交通和商业噪声。
- （4）固体废物：主要来自游客、服务人员和当地社会居民产生的生活垃圾。
- （5）其它生态环境问题：游客在游览过程的不文明行为也将对生态环境产生破坏和影响。

2、减缓措施

为有效保护旅游区生态环境和风景资源，减轻水体、大气、噪声、生活垃圾污染及水土流失，特制定以下环境影响减缓措施：

（1）合理组织污水排放与处理，保护水资源

采用雨污分流排水，将旅游服务点、主要居民点排放的生活污水排到污水处理站集中进行净化处理，达到排放标准后统一排出。

利用土壤净化，浇灌果园、绿地、林木等方式处理施工期排放的生活污水及营运期偏远居民点、服务点少量污水；保护水资源，严禁向水源保护区排放污水和其它污染物。旅游区内的公厕全部采用生态环保型厕所，以减少对旅游区水体、土壤等环境的影响。

在保护范围内，任何单位不得以任何原因新建排污口；新建的旅游服务设施，必须与配套的环境污染处理设施同时设计，同时投产，经环保部门审批后方可施工，验收后才可以投放营运。

建立农药安全检查办公室，农田种植及林地使用的农药应符合国家有关农药安全使用的规定和标准。

（2）降低废气排放量

改善旅游接待设施燃源结构，并尽量使用天然气、电力、太阳能等清洁燃源，对接待宾馆锅炉安装除尘设施，减少一氧化碳、二氧化碳及硫化物等有害气体的排放，减轻营运期大气环境污染。

（3）减轻噪声污染

汽车和机动船是主要噪声污染源，对柴油机、汽油机实施不同收费等级制，鼓励岛屿上使用电力车。

（4）加强环境卫生管理

按规范要求设置垃圾箱、公厕、清运车辆等环卫设施，合理配置保洁员，使区内生活垃圾日产日清，保持良好的卫生环境，避免因生活垃圾影响旅游区水资源和景观。

（5）水土保持措施

制定水土保持方案，合理布置施工作业场地和施工工序，减少对旅游区植被破坏；开挖的余土回填用于区内的景观、园地等建设，或有计划运至区外，避免造成水土流失。



第七章 投资运营

- 一、票价系统运营策略
- 二、分期规划
- 三、投资概算
- 四、运营保障



一、票价系统运营策略

（一）门票价格制定

旅游景区的门票价格与景区级别及知名度、资源影响力、管理体制、产品类型、行业环境、景区面积、项目质量、投入资金等内部因素密切相关，同时门票制定还要考虑到客源数量、消费特征、顾客价值、居民收入和市场竞争等外部因素，尤其要考虑大多数游客的旅游消费承受能力。

由于西海湖岛旅游区暂处于规划阶段，诸多因素还无法确定，在遵循景区门票价格理论的前提下，参考其他景区景点，并咨询相关专家学者，包括高校专业教师、旅游投资开发商、旅行社管理人员等，还征求了潜在游客的意见，结合湖岛规划布局，初步将湖岛旅游区实行联票制的游玩线路设计为5种自选套餐：

1、半日游A线：联票80元，包括野趣岛、仙子岛两个分景区门票，不含自费项目，普通船费25元；

2、半日游B线：联票80元，包括外婆岛、修河文化园两个分景区门票，不含自费项目，普通船费为25元；

3、一日游A线：联票150元，包括野趣岛、仙子岛、茶香岛、西海之心四个分景区门票，不含自费项目，普通船费45元；

4、一日游B线：联票150元，包括外婆岛、修河文化园、渔乐岛、西海之心四个分景区门票，不含自费项目，普通船费为45元；

5、二日游线：联票250元，包括西海之心、野趣岛、仙子岛、茶香岛、渔乐岛、修河文化园、外婆岛，不含自费项目，普通船费为80元，有效期为2日。

菩提岛和冒险岛不在联票制范围内，可根据项目类型和档次单独收费。此外，交通工具可采用多种类型，除普通游船之外，还有快艇、豪华游艇等，其价格另计。

免票政策：1.2米以下儿童免票；70周岁以上老人凭身份证免门票，残疾人凭县、市级以上残疾人联合会颁发的残疾证免大门票，船票45元每人；

优惠政策：身高1.2米—1.5米之间的儿童或青少年门票和船票均半价；全日制在校学生凭学生证（若无学生证，提供图书卡、交通卡等能证明本人学生身份的相关证件）门票半价，船票全价。60—69岁的老人凭身份证门票半价，船票全价。

（二）游船运营方式

湖岛旅游区的交通工具主要是靠游船，一般可承载50人，为了维护景区的整体利益，防止开发主体各自为政，可将游船的运营权掌握在管委会手里，或统一交由一家游船公司运营。

游船的运营可采取以下三种方式：

1、包船

包船运营主要针对团队游客，当每艘游船乘坐的游客量达到一定数额时，所包船只可在自由时间出发。

2、定时班船

为了减少船只运营成本，针对散客和小团队游客，可在巾口码头、司马码头和西海之心定时安排班船。

巾口码头：一天两班出发游北线或全线，8:00—10:00之间，具体时间可根据季节加以调整；

司马码头：一天两班出发游北线或全线，8:00—10:00之间，具体时间可根据季节加以调整；

西海之心：上午两班始发，8:00—10:00之间，下午两班驶离，13:00—15:00之间，具体时间可根据季节加以调整。

3、公交船

在大型节假日期间，为了缓和交通压力，可采取“公交船”的运营方式，安排小型游船在各个岛屿之间往返，方便游客。



一、票价系统运营策略

（三）门票经营收益

门票经营管理的方式基本有两种：一种是政府自行经营管理的方式，典型案例如桂林；另一种是政府委托代理给公司的方式，典型案例如黄山、峨眉山。

桂林：桂林政府于2002年分别投资7000万元和3000万元与公司第一大股东桂林旅游发展总公司合作建设七星公园和象山景点项目，合作期限40年。合作期内，上市公司所获公园门票收入分成方式：七星公园为以购票入园实际游客数量7元/人次为标准计算；象山公园为购票入园实际游客数量3元/人次为标准计算。如遇公园门票提价，相同比例增加门票分成收入。自2004年4月1日起，七星公园门票从20元提至35元，象山景点门票价格从15元提至25元，公司所获收入分成也分别相应提至12.25元/人次和5元/人次。

黄山：门票专营权为黄山风景区管委会所有，由管委会委托上市公司经营管理门票房。上市公司承担门票票房管理、景区环境卫生、景点及桥梁道路设施维护、宣传促销、新景点开发等。该公司每年按季度向管委会交纳门票专营权使用费和防火、防虫等其他费用，其数额大小等于每年门票收入的50%。

峨眉山：自1997年以后的40年内，峨眉山管委会委托上市公司负责峨眉山风景区游山票的发售和款项收取等事项，双方就峨眉山景区游山票收入（指游山票销售所得款项包含以后涨价部分，扣除游山票本身制作、游山票房全部管理费用、游客人身保险费和峨眉山旅游风景资源保护基金等成本和营业税后的收入）各分配50%。由上市公司负责风景区的环境卫生维护，维护、维修风景区现有游览道路、桥梁、安全设施以及亭阁建筑、摩崖石刻等风景景观，以及峨眉山风景区的对外宣传和旅游促销工作等。

第一种是景区门票专营权不出售，完全收归政府自有，由景区管委会自行负责景区保护、设施维护、宣传促销等，而参与开发的公司只收取投资的利益分成，比如桂林；第二种是将景区票房管理职能直接委托代理给公司，比如黄山、峨眉山，收益按照一定比例分配，在分享门票收入的同时，公司也承担了景区管理委员会的部分职能，将责任与收益对应起来。

表7-1 门票经营管理方式对比分析表

管理方式	有利因素	不利因素
自行经营	政府自身直接具备的行政权力能够方便且有效地协调各部门、各企业之间的利益问题	政府工作人员在旅游管理专业能力方面可能存在不足
委托代理	可引进先进的票房管理模式和管理理念	企业以盈利为目的，较容易受到利益的驱动

庐山西海风景名胜区管委会可参考以上案例实行门票的经营管理：

在湖岛旅游开发前期，游客量有限，且面临多方利益协调的问题，有必要将门票专营权完全收归自有；

随着湖岛旅游的发展，政府职责范围会不断扩大，而由政府管理票房可能会造成效率低下、服务欠佳的局面，此时可将票房管理权有期限、有条件、有偿地让渡给专业旅游公司操作运营，将更有利于景区服务的提升和可持续发展。

（四）票务管理系统

整个旅游区实行电子票务系统，在每个岛入口处设检票口。售票时通过条码打印机将二维条码打印在票据上，并通过局域网络将票据信息写入服务器，检票时使用无线手持终端扫描票据上的二维条码，通过无线网络与服务器进行验证，只有数据库中有记录的未检过的票据才为合法票据。



二、分期规划

综合衡量规划区的现状，深入分析规划建设条件和制约因素，并考虑到旅游区开发经营的需要，建议采纳分期建设、滚动开发的规划实施办法。庐山西海风景名胜区湖岛旅游开发概念性规划期限为8年，可分为两个开发阶段：

一期建设期：2013-2015年，为期三年；

二期发展期：2016-2020年，为期五年；

远景展望：2021年以后。

（一）一期规划（2013-2015）

1、主要建设任务

近期重点引进文化体验、民俗旅游、户外运动等项目，同时启动针对婚庆市场的景观和服务设施建设，重点建成基础观光及相关体验型项目，包括修河文化园、外婆岛的全部项目；菩提岛、仙子岛、冒险岛、野趣岛除餐饮、住宿外的其他项目，分别在临近司马码头与巾口码头区域形成完整的旅游线路，完善景区的基础建设。

2、近期发展目标

江西省旅游新增长极、庐山西海风景区的观光中心与娱乐中心。

（二）二期规划（2016-2020）

1、主要建设任务

在一期工程的基础上重点完善相关餐饮，住宿等旅游接待服务设施，同时完成西海之心、渔乐岛、茶香岛的项目建设，逐步完善“八岛一心”的开发格局。

2、中期发展目标

国内知名湖岛旅游区、庐山西海旅游发展的龙头。

（三）远景展望（2021年以后）

1、主要建设任务

远期全面完成旅游区的重点项目建设，完善湖岛旅游区外围的行政设施配套、居住配套和商业设施配套。开发产权式度假酒店，以度假产品的集聚发展实现湖岛周边土地的持续增值。借助事件营销推动景区可持续性发展，丰富景区内涵，构建鲜明独特的旅游地区形象，实现景区开发的最终目的。例如：帆船制作竞赛、帆船操作竞赛、排工号子民间竞赛、桃花仙子选美活动……

2、远期发展目标

实现“游乐湖岛——休闲湖岛——度假湖岛”转型；成为世界知名、国内一流湖岛旅游胜地。



分期建设规划图

三、投资概算

旅游开发是一项系统工程，总的投资框架和概算如下表所示：

表7-2 投资概算表

岛屿位置	项目名称	一期投资 (万元)	二期投资 (万元)	各岛屿投资 合计（万元）
西海之心	天空之塔	-	1200	10200
	水上观景台	-	2500	
	休闲木屋	-	4000	
	观景栈道	-	1500	
	水上交通集散中心	-	1000	
修河文化园	大坝之光	800	-	5000
	修河印象	1000	-	
	名人大观	1200	-	
	红色印记	2000	-	
外婆岛	农耕人家	500	-	2600
	戏曲人家	500	-	
	灯艺人家	500	-	
	酒香人家	500	-	
	船运人家	600	-	
菩提岛	漂浮禅台	1500	-	6800
	禅修讲堂	1500	-	
	禅茶竹屋	-	2000	
	树屋观景台	1000	-	
	竹林氧吧	800	-	

岛屿位置	项目名称	一期投资 (万元)	二期投资 (万元)	各岛屿投资 合计（万元）
渔乐岛	水下观景长廊	-	1000	2800
	桃花水母万象馆	-	800	
	西海渔寨	-	800	
	垂钓俱乐部	-	200	
茶香岛	十里茶香种植园	-	900	3600
	茶多酚养生中心	-	1200	
	水上茶坊	-	1000	
	茶香小径	-	500	
仙子岛	蜜月小筑	-	2500	7300
	婚礼服务中心	500	-	
	中式婚礼基地	800	-	
	西式婚礼基地	600	-	
	摄影中心	1500	-	
	桃缘林	900	-	
冒险岛	香草浮岛		500	2000
	荒岛求生探险营	200	-	
	户外拓展基地	1000	-	
	帐篷营地	800	-	
野趣岛	小动物竞技场	800	-	3900
	芦苇荡	1000	-	
	动物秀场	1500	-	
	自然八音盒	600	-	
总计		22600	21600	44200



四、运营保障

通过对规划区域旅游产品、交通、文化、社会因素的分析，我们认为规划区旅游业的发展首先必须做好资源整合，实现旅游业整体的稳步发展；另一方面，从经济成本上分析，旅游景区开发一般都是大投资、长周期，稍有不慎，投资沉淀或后续资金衔接不上，将造成很大损失。因此，本次规划认为规划区旅游开发项目的运作必须抓住两个重要环节。

（一）投资企业的综合能力

就规划区旅游项目的开发而言，我们认为投资企业必须具备以下综合能力：

1、较强的经济实力

这里需要的经济实力可测定为可完成二个以上独立项目并投入经营，形成造血能力，比如建成了码头，购买了游船，可局部开展经营业务。

2、有较强的全局驾控能力

主要指投资企业对投资项目的合成分解，项目运作时对于项目的驾控能力至关重要。

3、较强的协调、合作能力

规划区旅游项目的开发建设是大型的综合开发项目，整体项目建设持续时间长，没有政府的强力支持，难以实现项目的成功开发。因此投资企业自身必须有较强的协调能力。

（二）政府的大力支持

规划区整体旅游项目的建设与发展离不开政府及各相关部门的支持，我们认为政府的支持可以从以下四个方面着手：

1、成立西海湖岛旅游开发领导小组

领导小组由西海风景名胜区管委会的相关人员组成。通过组建领导小组可一条龙办理相关手续，提高工作效率。

2、承担基础设施的建设

政府承担基础设施的建设，主要包括以下工程：

一是提升从武宁县至巾口码头的旅游公路，永修县至司马码头的旅游公路；

二是完成司马码头与巾口码头的建设；

三是建设公共旅游设施，包括游客服务中心、交通集散中心以及各岛屿的码头设施；

四是修建各岛屿的旅游步道及景观设施。

道路基础设施和公共旅游设施的完善是各项目顺利进行的有力保障，道路设施和公共旅游设施的建设模式，可考虑由投资商先期垫付，政府用土地款抵顶、免征相关税费等方式进行运作。

3、优惠政策的提供和落实

长周期的综合项目，政府给予较好的优惠政策是鼓励和提高企业活力、加快项目开发进程的需要。规划区旅游项目的开发政策主要包括两个方面：一是项目用地的价格优惠；二是旅游线路（水上）的专营许可。



专题：世界知名湖岛旅游发展模式研究与经验借鉴

- 一、湖岛旅游开发的五大模式
- 二、世界知名湖岛旅游经典案例
- 三、借鉴名湖经验的西海旅游开发思路



一、湖岛旅游开发的五大模式

（一）综合旅游开发模式

综合旅游开发模式是指充分挖掘湖泊的各类旅游资源，集观光、休闲、度假、运动、修疗养等功能为一体的开发模式。该类开发模式一般要求湖泊水域面积较大，水体自净能力较强，周围地形多样，生态环境良好，且地处经济发达地区，具备近邻客源市场的区位优势，交通进入性良好，附近有较理想的城镇作为游客接待的依托。美加交界的五大湖群和韩国的庆州波门湖是综合旅游开发较成功的典范，这些湖泊在一些城镇的沿岸开辟众多的滨湖公园风景区，设置划船、垂钓、水族馆、游乐场等旅游项目满足观光、休闲游客的需要。在风光秀丽的僻静地段建设修疗养地和度假中心，并开发出游艇、游泳、垂钓、水球、拖曳伞、滑翔、滑水、潜水、摩托艇等水面、空中、水底立体交叉的水上运动项目，还设置了水上芭蕾、花样滑水、定点空降、水上歌舞等众多水上展演节目。在地形适宜的湖岸还建造了高尔夫球场、网球场等游乐设施，以满足不同消费层次旅游者的需要。

（二）观光旅游开发模式

有些湖泊由于水体及周边环境的生态敏感性等原因，不适宜开发直接侵入水体和环境的参与性旅游项目，但这些湖泊具有较高的风光观赏价值，山水相映、环境优美，或有奇特的自然景观相支撑，或有深厚的历史文化相映称，适合开展观光旅游。如云南洱海、贵州草海、青海青海湖、内蒙古乌梁素海、西藏纳木错等。这类湖泊地势高，湖面开阔，充满高原风光气息；长白山天池、新疆天山天池、云南云龙天池处于山地顶峰，水深、质清、环境幽美。杭州西湖是观光旅游开发模式中城市园林湖泊类型的开发典范，它以园林湖泊赏玩为主要功能定位，讲求从不同季节、不同时段、不同角度欣赏其美。苏堤和白堤将西湖水面进行黄金分割，配合湖心三岛的布排，形成了静态的点与线的美景展示模式，而湖中穿梭的游船和空中飞翔的水鸟，增添了西湖的动感和生机。

（三）度假及休疗养开发模式

气候适宜、水面开阔、水质优良或附近拥有特殊的有益物质，如温泉、冷泉等对于某些疾病有特殊疗效的湖泊，常常被用于开展度假旅游和各类休疗养项目。世界上最著名的旅游度假区基本上都在海滨和湖泊区域，中国首批12个国家级旅游度假区中就有4个（无锡太湖、广州南湖、苏州胥口和昆明滇池）是以湖为依托的。坐落在讷漠尔河畔的五大连池是火山喷发时阻塞形成的堰塞湖，其区域内有世界三大冷泉之一的药泉，具有很高的疗养价值。因此，在湖泊的周边，已建成数十家疗养院，成为许多病员寻回健康的福地。

（四）体育训练及水上运动开发模式

当湖泊具有水体自净能力较强、不易受到污染，且水面开阔、深度适合的特点时，能够开展各种水上运动和岸上运动。这时湖泊的主要旅游功能就是吸引水上运动的爱好者。这一类型的湖泊，既包括自然形成的湖泊，也包括为了蓄水发电、防洪、养殖、水上游乐等而挖掘的人工湖泊。北京昆明湖湖面广阔，水面平稳，每年清华大学和北京大学都在此开展赛艇比赛，并逐渐向国外的大学发出邀请，成为一项国际性的大学生友谊赛事。

（五）探险旅游开发模式

某些湖泊由于奇特的成因形成了特殊的湖底构造，或有特殊的水生物，或有异常的现象发生，或有特殊的研究价值，对于探险者和科学考察者是不可抗拒的诱惑力，因而是开展探险考察旅游的难得之地。在我国新疆的东部有一座“没有围墙的迷宫”——罗布泊。罗布泊曾是中国最大的飘移湖，它的主要地貌景观是盐漠、沙漠和雅丹。罗布泊附近曾有一个楼兰国，过去曾是森林繁茂、牧草肥美、商贾云集的古丝绸之路重镇。不知何故楼兰国在地球上神秘消失了，只留下古民居遗址、佛塔、古墓群及古钱币。特殊的地形和丰富的人文历史，造就了罗布泊多姿多彩的探险旅游资源。最近，有越来越多的人组团到罗布泊探险旅游，成功征服了这个有“死亡之海”称号的湖泊。



二、世界知名湖岛旅游经典案例

（一）天下第一秀水——淳安千岛湖

被誉为“天下第一秀水”的淳安千岛湖，自然风光旖旎，生态环境绝佳。景区总面积982平方公里，其中湖区面积573平方公里，因湖内拥有星罗棋布的1078个岛屿而得名。景区现已形成湖泊观光、户外运动、特色饮食、商务会议、休闲度假于一体的综合型旅游目的地。千岛湖是目前国内湖泊旅游的典范，它的经验可以概括为以下几个方面：

- 1、切实保护湖泊水体资源，优化环境；
- 2、政府主导、强化管理。政府在规划、资源管理、优惠政策制定等方面有很多有效的、切实可行的办法；
- 3、重视品牌建设，采取多种营销手段。我们时常能够看到或听到各种媒体有关千岛湖的报道宣传，甚至是炒作，这些都是非常成功的。包括借助一些产品推介（比如“农夫山泉有点甜”），每年举办大型活动（杭州千岛湖秀水节），这些对千岛湖品牌的提升均起到了很好的作用；
- 4、持续创新、高瞻远瞩和引领市场。千岛湖前瞻性地抓住了长三角的蓬勃兴起给休闲度假市场带来的巨大机遇；
- 5、结合周边资源，水、陆、空多维度地开发旅游产品。水上项目：游泳、水上自行车、依托伞、游艇、游船、潜水等；地面项目：各个不同主题的主题节点，森林氧吧、农家乐等；空中项目：缆车、水上飞机、热气球等；
- 6、和杭州、安徽黄山、安徽古村落等区域合作，形成杭州——千岛湖——黄山旅游热线。

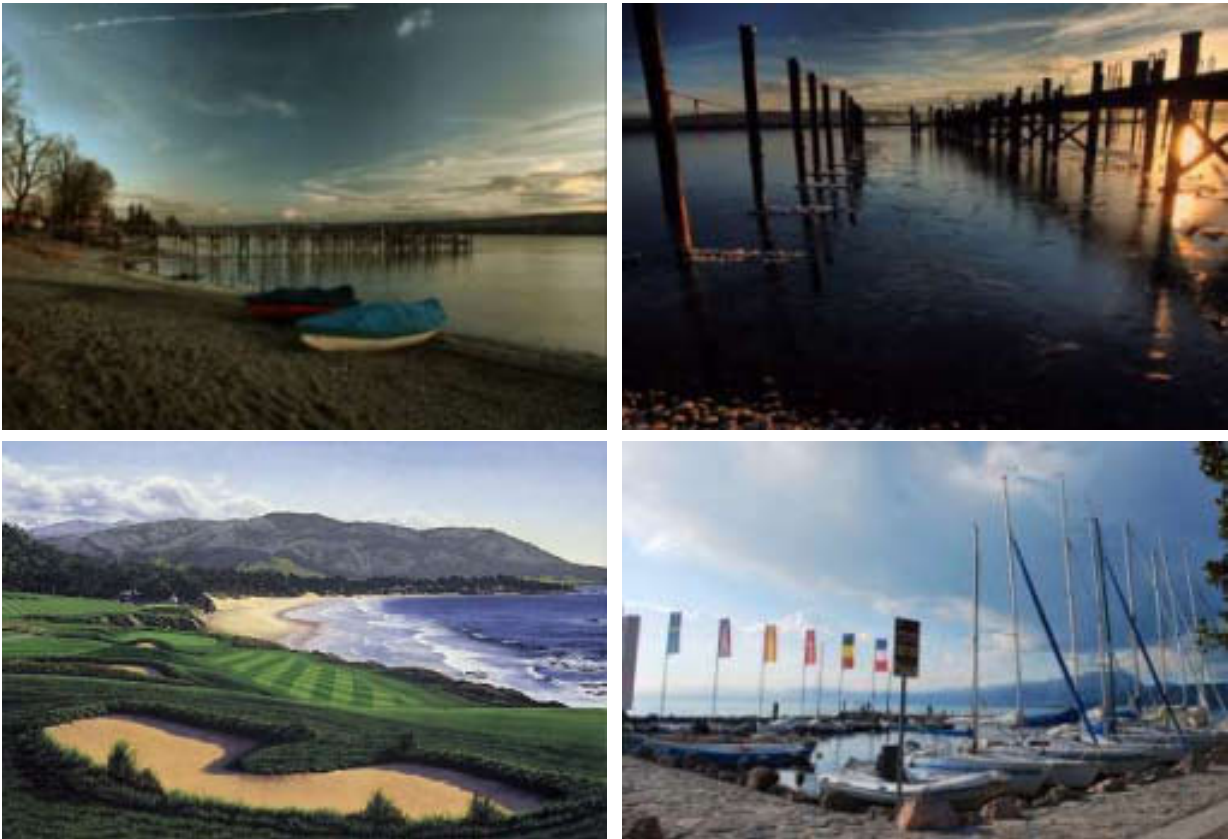


二、世界知名湖岛旅游经典案例

（二）欧洲老牌名湖——波登湖和嘎达湖

波登湖面积540平方公里，是欧洲第二大淡水湖，位于阿尔卑斯山北端的德国、瑞士、奥地利三国交界处。

嘎达湖面积390 平方公里，是意大利最大的湖泊，位于意大利北部3 个省的交界处，处于阿尔卑斯山山脚向平原过渡的地带，因此，北部的湖区被高出水面800~1500 米的群山所包围，南部的湖区又和周围的平原地带融为一体。



波登湖和嘎达湖旅游开发一览表

名称	波登湖	嘎达湖
湖泊环境	政府、企业、居民等都注意湖泊的环境保护，如开发有机农产品、利用太阳能技术等。湖区有151种鸟类，39种鱼类。	政府、企业、居民等都注意湖泊的环境保护，如对游艇行驶的区域、速度，游艇的清洗等都有严格规定。
发展情况	从19世纪结合周边城镇逐渐发展而成，现在，湖周边有30多个传统城镇。	从19世纪结合周边城镇逐渐发展而成，现在，湖周边有25个城镇。
水上产品	游泳、帆板、游艇和游船、潜水等。	同左。
陆地产品	徒步旅游、山地自行车、高尔夫等；游览周边城镇城堡、修道院、博物馆。国与国之间联系方便，成为了会议、会展较集中的地方。	徒步旅行、山地自行车、漂流、骑马旅游、高尔夫等。嘎达镇附近开发了一个主题公园，吸引很多带小孩的游客。
空中产品	乘“齐柏林”式飞艇空中游览(需提前一年预订)。	乘直升飞机空中游览；乘缆车到达海拔572米的山腰和1760米的山顶，既可观赏风景，又可乘滑翔伞飞落山下。
活动与节庆	参加周边城镇的音乐节、戏剧活动以及冬季圣诞节、新年的活动。	同左。
交通条件	通火车和可载小车的轮渡，一小时车程内可到周边大城市：慕尼黑、苏黎世、斯图加特等；距湖38公里的城镇有机场。波登湖有515万艘船只，其中大部分是游艇和游船；有10个码头和35艘游轮。	通火车和可载小车的轮渡；一小时车程内可到周边大城市：维罗纳、布雷西亚、米兰等；在米兰和维罗纳有机场；有规范的轮渡航班、旅游班车等，满足不同类型的游客需要。
客源市场	欧洲游客，以家庭游为主，偏重修学文化游。	欧洲游客，以家庭游为主，偏重体育运动游。

二、世界知名湖岛旅游经典案例

（三）世界著名旅游度假区——韩国波门湖

韩国波门湖地处庆州市，位于汉城东南400公里处，现已发展成为一个综合性的相对自成一体、中等密度的湖滨型度假区。度假区设有各类饭店、娱乐场所和辅助设施，为游客提供娱乐和商务活动，并成为游客远足附近历史、文化和宗教遗址的大本营。波门湖的成功运营经验有：

- 1、政府前期对度假区旅游设施特别是基础设施的大量投入使度假区交通便利、设施安全、环境优越，这为度假区以后吸引私人投资打下了坚实的基础；
- 2、度假区的建设完全融入庆州市地区开发和整体旅游发展之中；
- 3、度假区有鲜明的主题，集娱乐性、康体性、商务性于一体，建设大量的娱乐、康体、商务设施；
- 4、旅游设施具亲水性，建在湖滨或可以眺望湖水的地方，使波门湖成为度假区最引人注目和活动项目最丰富的景观地带；
- 5、建筑都体现了传统的韩式建筑风格，采用了韩式庭院布局，显示了浓厚的地域特色，也是对当地文化的有效继承；
- 6、针对不同游客提供不同层次的需求，面向国内和国际两个市场，开发不同档次设施；
- 7、切实使度假区城镇或村镇居民受益，没有搬迁居民，修建了附近五个村庄的基础设施。村镇成为削弱度假区季节性游客变化的调节器，旺季游客可以居住家庭旅馆，缓解宾馆酒店的压力，淡季村镇居民仍有诸多传统的节庆活动，保持了度假区的人气、吸引了游客；
- 8、有良好的环保理念，保证了度假区的长期稳定的发展。



三、借鉴名湖经验的西海旅游开发思路

（一）保护生态，持续发展

湖泊的魅力在于水体，在于人与自然和谐的生态环境。由于湖泊具有资源复合式、环境敏感性、生态脆弱性等特点，因此必须吸取滇池的教训。国内外湖泊旅游开发的经验表明，要实现湖泊旅游的可持续发展，必须充分考虑到水体的敏感性，妥善处理好旅游发展与生态保护之间的关系。高度重视和加强湖泊生态环境的保护，在保护中进行开发，在开发中进行保护，保证西海的可持续发展。

（二）综合开发，项目带动

世界知名湖泊在旅游开发时，将水、陆、空三维空间都有效地进行了利用，使得旅游项目变得更加丰富。西海旅游的发展也要重视湖泊核心层的水上、水面、水下、岛上等多个空间的项目布局，开发出多层次立体感的旅游产品。此外，传统的单一观光模式不能满足日益多元化的旅游需求，打造综合性的集观光、休闲、度假、疗养于一体的旅游目的地更符合现代旅游发展的趋势。通过一些大型项目，如体育运动赛事、旅游论坛、星级酒店、高档游艇俱乐部、度假村、度假温泉等带动，丰富旅游产品业态。

（三）提炼文化，整合主题

相对于世界级的湖光山色来说，庐山西海的文化品味显得不足。跟周边的西湖、苏州园林等景区相比，这种差距就更加明显了。当然，这种缺憾几乎是无法避免的，毕竟西海的形成只有几十年时间。一方山水还是要依托着一种文化才更有味道，否则游客对景区的感知和体验也只是停留在表面，容易被遗忘。就好像桂林山水与当地民俗挂上了边，九寨沟以藏区文化为背景一样，西海也一定要在这一方面下些功夫，禅文化和当地民俗文化是其努力的方向。

西海作为一个年轻的湖泊旅游胜地，现状旅游产品没有系统的主题。旅游规划要将主题的整合放在头等重要的位置，通过主题的明确与突破，为西海以后的发展明确思路，实现品牌的提升。针对需要改造和新增的景点，在湖泊旅游理念的指导下，均以一个鲜明的主题做指引，在丰富景点内部项目数量的基础上，强化其特色性，丰富其文化内涵与游览空间，提升旅游产品的整体品质。

（四）合理营销，树立品牌

运用旅游定位营销策略，注重拉动游客需求。首先要把主要精力放在以南京、九江、武汉为主的周边市场的开发上；在长线市场的开发中，要注重同周边互补景区的联合与合作，如庐山、婺源、景德镇等地，从而降低营销成本，增加旅游产品对旅游者的吸引力。目前庐山西海有相当一部分旅游消费主体是公费旅游，如出差、考察、会议、接待等商务活动，妇女活动、党团活动、工会活动等公费活动，这一特点要求我们要把主要的营销资源和营销力量放在企事业单位的促销上。

采取“请进来，走出去”的方式，通过参加组织新闻发布会、旅游博览会、交易会、邀请海外旅游企业和媒体考察等活动，着力进行庐山西海旅游形象促销。充分利用国际互联网和各种高科技设备，建立庐山西海旅游网站，开展网上促销，推出虚拟旅游，开发网上旅游市场。

此外，西海的1000多个岛屿大部分没有名字，也没有编号，这样不方便管理，也不便于开发和经营，而岛屿本身的冠名权又是巨大的无形资产。因此，我们可以把湖中的各个小岛编号，公开拍卖其冠名权。一是能够让游客对岛屿的认知加强；二是拍卖过程也是扩大影响的过程，通过虚拟产权（冠名权）出售，谋得利益，“名利双收”。

（五）借湖扬名，发展村镇

借鉴韩国波门湖，以及淳安千岛湖的成功经验，将庐山西海风景名胜区内村镇的发展作为景区开发的重要组成部分，借湖扬名，重点发展西海南北岸的司马和巾口两个旅游服务镇，带动其他有机会参与旅游服务的村庄。同时充分利用湖滨的土地资源，通过旅游地产、旅游景观房产的后续开发，实现周边村镇农居和土地的再次转置利用。

