**梁平县旅游发展概念性**

**策划方案**

重庆航美咨询顾问有限公司

二0一四年三月

**目 录**

**前 言**

**一、环境分析**

（一）区位条件

（二）交通状况

（三）市场环境

（四）产业基础

（五）政策支撑

小 结

**二、资源研判**

（一）自然资源

（二）人文景观

（三）特色文化

（四）地方特产

小 结

**三、总体思路**

（一）战略目标

（二）路径选择

（三）形象定位

（四）突破重点

（五）工作时序

**四、双桂禅风**

（一）景区定位

（二）核心区域

（三）重点项目

1、游客中心

2、禅宗文化长廊

3、双桂堂

4、金城寨

5、禅修社区

6、非遗博物园

7、博物馆

8、地下森林展示园

**五、百里竹海**

（一）景区定位

（二）功能分区

（三）观光旅游

1、做大做亮现有旅游景点

2、挖掘资源新增旅游景点

3、大力发展竹文化旅游

4、策划精品线路和特色项目

（四）度假旅游

1、突出发展旅游地产项目

2、适时推出温泉养生地产

3、提倡引导禅修旅游度假

**六、乡村旅游**

（一）目标定位

（二）空间布局

（三）客源市场

（四）对策建议

1、保护原真状态，突出乡村情调

2、强化眼球观念，提升景观气场

3、强化农旅互动，提升产业效益

4、探索高端路线，推出精品项目

5、引入磁场理念，塑造景点魅力

6、注入特色文化，提升文化品味

**七、氛围营造**

1、树立“氛围即旅游”理念，规划设计旅游氛围营造

2、围绕“中国禅城”形象，营造县城旅游氛围。

3、突出主要景区特点，营造景区旅游氛围

4、紧扣游客心理需求，强化旅游线路氛围营造

5、完善旅游配套建设，增强城市旅游功能

6、树立“一盘棋”思想，提高旅游服务整体水平

**八、投资策略**

（一）投资困惑

（二）破解策略

（三）运作路径

1、重点突破，快速启动

2、搭建平台，储备资源

3、景观先行，涵育地价

4、低价策略，激活人气

5、彰显亮点，扩大引资

6、统筹协调，激活全盘

**九、整合营销**

（一）营销目标

1、提高景区三度

2、树立特色形象

3、拓宽观光客源

4、激活度假地产

5、提升综合效益

（二）宣传技巧

（三）目标人群

（四）传播原则

（五）媒体组合

1、电视媒体

2、广告媒体

3、平面媒体

4、网络媒体

5、媒体联姻

**十、保障体系**

1、解放思想，凝聚共识

2、建立机制，形成合力

3、创新模式，组建园区

4、优化政策，灵活运作

5、强化基础，完善配套

6、引进人才，提升管理

**综 述**

**前 言**

旅游产业成功的基础，是旅游吸引物。旅游吸引物的打造，离不开资源禀赋，但更与策划有关。尤其是仅凭资源禀赋不能引爆游旅游市场之时，创意性的策划则往往具有脱胎换骨之功，点铁成金之妙。

仅凭现有的自然与人文资源，梁平旅游无法跻身重庆前列，甚至已有成果也会日渐丧失。然而，梁平旅游独具资源优势，蕴藏着巨大潜力，凭借灵思妙想的创意，新颖独到的策划，完全可以化潜力为魅力，变资源为卖点，在较短时间内实现跨越式发展而后来居上，成为重庆旅游的新兴热点。

梁平旅游如何找准突破口，采取超常规手段，实现跨越式发展，是本策划方案最大的关注点。从旅游大市场、产业大趋势、重庆大格局角度审视，梁平旅游的资源禀赋优势何在？梁平旅游发展的战略路径如何选定？梁平旅游的核心吸引物怎样打造？梁平旅游大发展的巨量资金从何而来？梁平旅游应该如何扩大宣传，提升知名度和影响力？实现梁平旅游跨越式发展，支持体系需要怎样构建，尤其是应该采取哪些超常规措施？这些问题，也是本策划方案的关注重点。

**一、环境分析**

**（一）区位条件**

梁平县位于重庆市东北侧，地处四川盆地东部平行峡谷区，由于地处高台，仿佛毗邻地区的脊梁，地貌呈现“三山五岭，两槽一坝，丘陵起伏，六水外流”的特点，取其山多高梁，坝独旷平，故名梁平。幅员面积1892.13平方公里，其中东西横跨52.1公里，南北纵贯60.35公里。东邻万州，南接忠县、垫江，西连大竹，北倚达县、开江，距重庆市中心约180公里。地理坐标界于东经107º24´—108º05´与北纬30º25´—30º53´之间。从中国自然地理和人文地理考察，由于离东经110º线近在咫尺，更有北纬30º横穿县境，梁平区位实居天下之中。

**（二）交通状况**

梁平县内318国道从东向西穿越境内，渝（重庆）巫（山巫）路从南到北跨越全境。渝（重庆）万（万州）高速公路从南向北贯通，距重庆第二大中心城市万州仅67公里。达（州）万（州）铁路从西至东穿越全境，乘火车可前往重庆、成都、武汉、宜昌、北京、南昌、贵阳、上海等城市。梁平县内原有军用机场，现为军民两用，且毗邻万州五桥机场，空中交通堪称便捷。县内每个乡镇均有公路相通，并且都已经硬化。渝万城际列车已于2010年12月22日开工建设，将于2016年底建成通车，梁平到重庆主城时间将缩短为40分钟，到万州将缩短为15分钟。连接四川与湖南的梁黔高速公路也将于近期全面贯通。梁平至开江高速公路已有规划意向，将纳入市级规划项目。

**（三）市场环境**

**1、全球市场**

旅游业是世界经济增长中发展速度最快、最具活力的朝阳产业。从1950 年至2011 年，全球国际旅游人次从0.25 亿增加到9.8 亿，增长了约38 倍。2012年全球旅游总收入达6.6万亿美元，约合人民币40.42万亿元，占全球经济总量的9%。到2020 年，旅游产业收入将增至16 万亿美元，约合人民币97.98万亿元，相当于全球GDP的10%。

**2、中国市场**

2013年，实现旅游总收入29475亿元，比上年增长14%。其中，国内旅游人数32.62亿人次，比上年增长10.3%；国内旅游收入26276亿元，同比增长15.7%。中国已经成为世界第三大入境游目的地，2013年入境旅游人数1.29亿人次，旅游外汇收入517亿美元。

**3、重庆市场**

2013年，全市接待过夜游客6809.79万人次，同比增长6.21%；接待入境旅游者242.26万人次，同比增长8.02%。全市旅游总收入1771.02亿元，同比增长6.55%。其中：旅游外汇收入12.68亿美元，同比增长8.56%。特别值得一提的是，与重庆旅游营销中心签约游船全年共接待游客41.5万人次，同比增长24.0%。这些游客绝大多数都从重庆坐车经到万州上船，梁平是其必经之地。

**（四）产业基础**

**1、经济总量**

2013年地区生产总值达到182.7亿元，全市排名23位，渝东北排名3位，同比增长13.9%，增速超过全市平均水平，名列渝东北生态涵养发展区第一。

**2、经济区位**

梁平位于中国西部最为发达的成渝经济区东部，处于渝东北生态涵养发展区与重庆市“一小时经济圈”的结合部。农业基础雄厚，工业快速发展，三产日渐活跃，已经具备良好发展基础。

**3、旅游区位**

梁平地处重庆市的中郊旅游区，是重庆市“渝东北旅游线”重要节点，位于“大三峡旅游经济圈”内，是长江三峡陆路旅游线的必经之地。

**4、旅游水平**

已经初步形成吃、住、行、游、购、娱六大功能配套的旅游产业发展格局。有双桂堂3A级国家旅游景区1个，观音洞、东明湖2A级国家旅游景区2个；有四星级酒店1家，三星级宾馆4家，星级农家乐38家。2013年，全县接待游客180万人次，旅游直接收入突破5亿元大关，分别增长20%和25%。但从重庆旅游总体格局看，梁平旅游综合排位在全市38个区县中当处于30位以后，还处于暂时落后状态。

**（五）政策支撑**

**1、国家政策**

国务院《关于推进重庆市统筹城乡改革和发展的若干意见》（国发〔2009〕3号）强调：依托三峡工程、三峡文化和三峡生态长廊，构建长江三峡国际黄金旅游带。

国务院《关于加快发展旅游业的意见》（国发〔2009〕41号）强调：有序推进包括长江三峡在内的区域旅游业发展，完善旅游交通、信息和服务网络。

《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》提出建设“成渝旅游区”，两地共同打造世界级的巴蜀文化及自然生态山水休闲度假旅游目的地，共同营造“熊猫之乡·天府成都·山水重庆”品牌。

国家旅游局起草、经国务院办公厅增转发的《国民旅游休闲纲要》，强调落实职工带薪年休假制度，旅游休闲理念成为全社会的共识，旅游休闲消费水平大幅增长，国民旅游休闲质量显著提高。

**2、重庆政策**

2007年，重庆市政府将梁平县定位为市级统筹城市综合配套改革示范县，一小时经济圈辐射带动渝东北地区重要承接点，川渝合作重要门户，发展农林产品加工、能源和天然气精细化工、文化生态旅游。

《重庆市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》指出，重庆建成国际知名旅游目的地和西部旅游集散中心，重点建设长江三峡国际黄金旅游带。

中共重庆市委、重庆市人民政府《关于进一步加快发展旅游产业的决定》，提出重庆建成全国重要旅游集散地和西部旅游高地，成为全国知名旅游目的地。梁平作为三峡旅游的外延，是沿江名牌产品以外纵深开发的内容之一，是重庆到万州开始长江三峡旅游的重要陆上节点。

中共重庆市委、重庆市人民政府《关于科学划分功能区域、加快建设五大功能区的意见》，把梁平划入渝东北生态涵养发展区。生态涵养发展区定位为长江流域重要生态屏障、长江上游特色经济走廊、长江三峡国际黄金旅游带和特色资源加工基地。利用梁平的自然生态环境与历史人文资源，发展旅游业，是建立长江三峡国际黄金旅游带的重要组成部分。

特别值得注意的是，旅游发展已经纳入市委、高政府对区县工作考核的重要内容，且考核分数权重日益加大，成为重庆政策支持旅游大发展的风向标。

**3、梁平政策**

《梁平县旅游业发展总体规划》将梁平旅游发展战略确定为抓好一个重点，开发两大资源，挖掘五种文化，建设六大特色旅游景区，搞好六个结合。抓好一个重点，即充分利用双桂堂的宗教文化资源，带动全县旅游产业繁荣。开发两大资源，即大力开发以佛教、古寨、名人和抗战文化等人文旅游资源及百里竹海、东山森林公园等自然旅游资源；突出五大文化，即佛教文化、名人文化（破山、竹禅、来知德）、抗战文化、柚竹文化、民风民俗文化；建设六大景区，即金带双桂堂景区、西山百里竹海景区、东山蟠龙山景区、云龙龙溪河景区、屏锦民俗风情景区、城郊农家乐休闲旅游区。抓好六项工作，即农业旅游综合开发、公路建设改造、重点工程建设、退耕还林、调整产业结构、城市建设相结合。

2014年《梁平县人民政府工作报告》强调，坚持“一园两核三片多点”的旅游发展格局，提出建立梁平旅游产业园区，重点发展双桂堂旅游景区、百里竹海旅游景区两核，加快发展双桂旅游产业发展片、东山生态旅游发展片、西山生态旅游发展三片和以农家乐为核心的众多乡村旅游示范点。

**小 结**

梁平居天下之中，离多个城市群较近，周边有强大旅游消费潜力；交通多样，通达性好；旅游市场增长强劲，重庆旅游快速崛起，仅三峡游客每年就有数十万经过梁平，梁平旅游潜在客源异常充足；地处成渝经济区和渝东北旅游经济带，总体经济实力渐强，旅游发展已有基础，蓄势待发；从中央到重庆，都有旅游政策支持，尤其旅游作为全市工作考核的权重增加，2014年成为梁平“旅游突破年”，突破与发展，成为梁平旅游的主旋律。总之，梁平的区位条件、交通状况、市场环境、产业基础、政策支撑等，都对旅游发展形成强大外部支持，梁平旅游的跨越式发展正当其时，指日可待。

**二、资源研判**

梁平旅游资源富集，举其大者，可分四类。

**（一）自然资源**

**1、梁平坝子**

在县境中部，东、西两山之间，有一块由古代湖泊沉积而形成的平坝，地势平坦而开阔，相对高差约10米，面积100.9平方公里，占全县总面积的5.4％，是四川盆地东部第一大坝，在多山的重庆乃稀有资源。

**2、百里竹海**

集竹林、山水、人文于一体，乃天赐氧吧，人间仙境。有35万亩成片竹林，37个竹类品种，为西部最大竹海，被誉为“竹类博物馆”。被林业部授为“中国寿竹之乡”。区域内有自然与人文景点50余个。风景区海拔在507—1180.7米之间，核心景区在600—900米之间。局部气候冬暖夏凉，负氧离子高达1万个/立方厘米，是解放碑的30倍。水源充裕，是长江支流龙溪河的发源地。通达性好，318国道从中穿越，距梁黔高速出口仅8公里，距达万铁路30公里，渝万城际列车站20余公里。

**3、东山森林**

东山国家森林公园，面积1.5万亩，距渝万高速出口9公里，距梁平县城8公里，距双桂堂10公里。动植物资源丰富，动物有兽类10余种，爬行类10余种，以及大量的森林昆虫，鸟类108种；森林植物有135科492种。海拔1000米以上山峰9座，最高峰窄垭口122l米。冬无严寒，夏无酷暑。共有自然、人文景观37处。集山、水、塔、林、峡、洞等各种自然景观于一体，具有“雄、奇、秀、幽、野”的森林旅游特色。主要人文景观有菩萨顶、观景台、雷达、净水寺、四方碑、碉楼等，具有较高的观赏、历史研究、科学文化及艺术价值。

**4、蟠龙溶洞**

为中国古代四大名洞之一，位于梁平县东山之蟠龙镇境内，距县城12公里。由水洞、干洞、玄音洞三个主洞组成。蟠龙洞的主洞是干洞，洞门顶书“孤峙秀杰”，有巨乳石悬垂，其形酷似“龙舌”。洞道蜿蜒曲折，深奥莫测。洞中钟乳石千姿百态。夏日清凉，为避暑佳地。历代文人骚客多汇于此，赏景写诗，现洞内残存有碑刻和题诗。相传大诗人陆游曾经三访蟠龙洞。洞边有两棵巨大的银杏树（俗名白果树），据传为陆游所植。

**5、人工湖泊**

县内景色较好的人工湖泊20座以上，著名者有双桂湖、海明湖、竹丰湖、明月湖等。特别是双桂湖，紧靠县城西南，有很大发展潜力。

**6、地热资源**

百里竹海东侧，已经勘测出温泉资源，有泉眼多处，预计可支配温泉水量1000t/d，洞口水温48℃～59℃，主要用途为“医疗、洗浴、温室”。水质系硫酸钙弱放射性氡泉，含硫酸盐、碳酸盐、钙、镁、钾、钠等十多种矿物质，对慢性颈肩腰腿痛、关节炎、神经炎、风湿病及多种皮肤病等有明显疗效。

**7、黄桷树王**

新盛镇场边的古驿道，北通明月山，经开江县，远入关中。有小溪，石桥其上，刻有文字，北名“喷雷”，南为“放乎四海”。桥下为河滩。桥为古驿道的一段，桥边有六株黄桷古树，全是巨树，最大的一株，约要十个人才能成围，是至今已知最大的黄桷树，比桂林刘三姐大榕树大很多。

**8、地下森林**

专家推测 ，梁平阴沉木储量全国第一，号称“植物化石，地下森林”。阴沉木一般距今6000年以上，梁平阴沉木则更古老，对研究梁平坝子和整个四川盆地的地质形成具有科学价值。约2.25亿年前，梁平沦为一片浅海。1.8亿年前发生造山运动，梁平随四川东部一起抬升，变为湖相沉积。在漫长的碳化过程中，一些极难腐烂的树木“顽强”地保持形态至今，堪称“可与恐龙化石媲美”的植物“化石”。世有传言：“家有乌木一方，胜过珠宝一箱“。因此，阴沉木除具有很高的研究价值外，它还多用于木雕、根艺、高档乐器制作等领域。梁平阴沉木地下森林乃稀世奇观，与蒙古额济纳之胡杨林，有异曲同工之妙，可以建立地下博物馆，形成震撼人心的旅游吸引物。

**9、冰川遗迹**

龙溪河七里滩水电站坝前，河床成片的坚硬岩石上，有上万个天然石洞，形如石碓窝儿，科学名称叫“冰臼群”，属于罕见的地质遗迹，是第四纪冰川的遗迹，距今已有约200万至300万年。冰臼群对于研究古气候、古地理、全球变暖和人类起源、人类肤色形成都具有极高的科研价值。

**（二）人文景观**

**1、双桂禅堂**

由反清复明将领姚玉麟资助、破山海明禅师主持，于清顺治十年(公元1653年)创建，迄今已有360年历史。现为全国重点寺庙、全国重点文物保护单位。位于梁平县城西南10公里处金带镇万竹山，占地120余亩。严格按照“伽蓝七堂制”而建，共有七进大殿，殿、堂、楼、阁各具特色。寺以“堂”名，是以“学业禅堂”模式建立的十方丛林，即佛教的高等学府和研究机构。明末清初，西南战乱，寺庙多毁，双桂堂弟子纷纷散布西南各地恢复重建寺院，故有“西南佛教禅宗祖庭”美誉，还有“蜀中丛林之首”、“蜀中第一禅林”雅称。珍贵文物众多，有雍正皇帝御赐《藏经》一部，天聋、地哑、铜锣、铜鼓、铜镜各1套；十一世纪印度梵文手写贝叶经《妙法莲花经》1束106页；玉琳国师醒板（警醒之板）1块；原版《破山语录》和破山书法真迹；竹禅十八尊者等画本3册；身高1米的风波铜铸佛像5尊；汉瓦一匹；朝鲜宝光和尚口笔书法和大量近代名人字画。

**2、文峰石塔**

位于距梁平县城约３公里的白沙河畔，塔高35.68米，高度为全国第二，仅次于福建泉州的开元寺石塔。民谣赞为“梁山有个文峰塔，隔天只有一尺八。”其形象征毛笔尖，论笔形石塔，则为全国最高者。修建文峰塔的目的，是企图“建一浮图，以作文笔”，希望“科甲蝉联，文章报国”，进而“继瞿唐先生而起，为梓里光者”。始建于清道光初年，为重檐钻尖式建筑，设计施工高明。塔身呈八角形，由青石叠砌而成，共12层高。塔外为楼阁式形状，有11层翘檐，最后一层是宝珠式塔顶。第十层一侧阴刻有斗大的“文峰”二字，塔门两侧镌刻“灵秀”、“文明”行书大字，笔迹均苍劲有力。外翘角曾经悬挂８只铜铃，叮当作响，幽声远伟，很是悦耳动听，韵味无穷。塔内早年有佛像；旁有精美的护塔寺，供有护法韦陀佛象，竖有碑石。塔内原有８层攀顶回旋木梯和木楼，登顶纵目，沃野平畴，尽收眼底。

**3、驿道遗址**

梁平地理位置特殊，历史上长期是军事重镇，又是通往各地的交通要道，因而有众多的古驿道遗存。现存的古驿道，主要有四条：蟠龙古道，是汉代修筑国道的一段，仅蟠龙镇境内就保存30公里；万梁古道，仅分水至梁平就保存50公里；忠梁古道，从忠县到梁平，连接武陵山区；长垫梁驿道，从长寿沿龙溪河谷经垫江到达梁平聚奎，再翻越明月山沿百里槽谷地，进开江，过宣汉，经子午道入关中，秦时为丹砂道，唐朝为荔枝道。初步估计，梁平境内古驿道长度约有200公里。

**4、古寨雄风**

全县星罗棋布地残存着大量的古代军事寨堡，数量逾200座，其中，牛头、金城、滑石、观音、萝斗、猫儿等寨名声很大。牛头寨，是梁平历史最悠久的古寨堡之一，始建于南宋末期的1242年，由于抗元需要，当时梁平把政治、军事、文化中心曾都设于寨上，其地位和规模与城池无二，所以叫它“赤牛城”。现在宋代的古城堡还有部分遗迹，人们可以透过它们遥想当年金戈铁马的情景。金城寨也是南宋末年抗击蒙古军队的军事寨堡，又是明末著名抗清将军姚玉麟的大本营，是中国最后一个反清复明的军事基地。目前唯一保存完好的滑石寨，坐落在金带镇一座高260多米的纺锤形险绝孤峰上，四面都是悬崖，面积约有6000平方米。清朝中叶白莲教起义军数度攻占梁平大部，当地政府招丁建团，置造军械，修寨筑堡，坚壁清野，共在县内修建了217座寨堡，强令全县2万户人口迁居山寨。各寨鼓角相闻，烽火传号，互为犄角，给起义军以重创。

**5、明清院落**

百里竹海腹地的猎神村，靠西岭的山脚下，依次建有张家院子、魏家院子、陈家院子、王家院子等院落。其中，张家院子是至今还保存的“湖广填四川”第一代移民的老院落。张家院子的正屋已有两百多年历史，是张家第一代移民建造的。竹海里的建筑，与众不同，二三十年前这里家家吊脚楼，户户三合院，张家老院子就是最好的证明。

**6、梁山机场**

我国军事史上著名的抗战机场，二战时期飞虎队主战基地，拱卫陪都重庆，轰炸日本东京，闻名海内外。坐落于县城梁山镇以北1公里处。1928年由主政四川的刘湘开始修建，以构建大西南的空中防线。1937年抗战爆发后，梁山机场成为大后方离日军前哨最近的机场，中国、美国、苏联大量空军战机入驻梁山机场，英勇抗击日本侵略者，在梁山县上空与敌机展开了长达5年多的殊死博斗，立下赫赫战功。1944年初夏，为供美军B-29远程轰炸机起降，紧急征召4万余民工对机场进行扩建，梁山机场成为当时在亚洲范围内最适合B-29起落的机场之一。1952年梁山县改名为梁平县，梁山机场随之改名为梁平机场，梁平机场成为解放军空军飞行员培养基地，这里培养出我国首批全天候歼击机飞行员，“中国太空第一人”杨利伟就是从这里脱颖而出的。

**7、白莲墓群**

位于百里竹海腹地，是著名的白莲教战争遗址。方圆不到两公顷的山林里，成排成列地埋藏着586座坟墓。解放前，这里还是残碑四立，刻写着“清嘉庆”、“清道光”年间之类的字样。这些古墓就是白连教战死将士的墓冢。 200年前著名的白莲教起义，是清朝200多年间仅次于太平天国的大规模农民战争。梁平地区是白莲教战争的中心区域，山高林密的百里竹海里发生了数十次血腥的战斗。白莲教起义， 当年梁平县为躲避白莲教战争而修筑了217座坚固的山寨。

这一大棺山古墓群，掩埋的就是白莲教起义军战死者的遗骸。得于竹林荫蔽而有幸遗存下来的数百座墓冢，是清代中叶那场血腥农民战争难得的见证物。

**8、石刻艺术**

梁平多摩崖石刻、石窟造像、碑刻等石刻艺术遗存。摩崖石刻著名者有二：一是宋代“滴水崖”摩崖擘窠石刻。位于双桂堂附近，刻于嘉定八年即公元1215年，距今已790年。是梁平县迄今发现的字迹明显的唯一宋代摩窠石刻。二是百步梯摩崖石刻。位于蟠龙古驿道的一段险峻山路，石刻有三处：明按察司副史张俭的“天子万年”；清嘉庆梁山县令符永培书“蜀岭雄风”；清道光年间湘南胡瀛“蜀道难”。石窟艺术，主要有岩耳寺摩岩造像、郎家洞摩岩造像、石湾摩岩造像、桃园洞摩岩造像、白仙洞摩岩造像等，皆明清时作品。碑文石刻，主要有东汉孝子严举碑、浮兰碑、明皇御制梁山驿唐碑、瞿塘故里碑、仁贤乡碑、破山碑、双桂堂重建禅堂记石刻、竹禅碑等。

**9、名人墓园**

目前保存有四处。一是来夫子墓。县西15里福德铺，系明代理学家来知德之墓。墓前有亭、坊。有清石刻《重修瞿塘来徽君墓碑记》。二是姚王坟。县城北20里安胜乡龙凤村龙王塘龙井处，相传为明将姚玉麟之墓。三是将军墓。位于屏锦镇西10余里的董家梁对面山上，为明朝一将军墓冢。将军故宅，遗址犹存。四是孝子坟。在屏锦镇西八里盐井口内高山之巅。乃明乡贤李公亭之墓。墓联曰：“地辟天开耘井络，奇观第一；山明水秀启盐海，骏业无双。”

**（三）特色文化**

**1、禅宗文化**

禅宗文化，是梁平最为著名的文化。中国文化，历史以儒释道三家为大宗，三家之间，相互交流融合，形成为宋明之理学。佛学之中，以禅宗为最大宗派，其实质乃中国化的佛教，是吸纳了中国文化后的佛教，历来影响最大。禅宗自达摩初创，慧能创立，演变为临济宗、曹洞宗、沩仰宗、云门宗、法眼宗等五家。五家之中，临济宗影响最大，曹洞宗次之。破山海明求学于黄梅四祖寺，问教于憨山德清和湛然圆澄，最终拜师于临济宗中兴之祖宁波天童寺密云圆悟大师门下，得曹溪正脉，为临济宗第三十一世祖师，后又传法于曹洞宗的浙江嘉禾东塔广福禅寺，于是成为继承临济、曹洞二宗的佛学巨匠。破山回到四川传法，最大的贡献是创办双桂堂，一方面培养众多弟子复兴西南佛教，一方面周旋于各派政治势力之间，为保佑人民平安而奔波。破山被誉为“小释迦”，双桂堂是“西南佛教禅宗祖庭”，从而奠定了梁平在中国佛教史和文化史上的重要地位。

**2、易学文化**

易学文化，是梁平仅次于禅宗的重要文化。中国主流文化是儒学，而易学居儒学六经之首，乃诸子百家之源。中国易学，巴蜀地区历来发达，宋代开始即有“易学在蜀”之说。两宋之际程颐、谯定创立的涪州学派，是宋元时期四川地区特别是重庆地区最有影响的以易学为专长的理学学派。到明朝，以易学为主要经典的理学继续发展，大师辈出，与宋代并峙而立，形成著名的宋明理学。来知德字矣鲜，号瞿唐，明嘉靖四年（1525）出生于今梁平县仁贤镇华安村白鹤湾，卒于明万历三十二（1604）年。是一位大儒，《明史》有传记，《明儒学案》有专节介绍的明代著名理学家，是享誉海内外的注《易》大师。易学历来有象数和义理两派之分，精通一派即为名家，两者兼通则为大师，来知德即为象数义理兼长的易学大师。所著《易经集注》世称绝学，收入《四库全书》，是继孔子之后，用象数结合义理注释《易经》取得巨大成就的唯独一人，故称夫子。曾被明朝皇帝封为翰林院待诏（朝廷的文化顾问）。  
 3、**非遗文化**

梁平是全国最大的非物质文化遗产县。梁平县的梁山灯戏、梁平木版年画、梁平癞子锣鼓、梁平竹帘、梁平抬儿调等五个项目,已被列入国家级非物代表性名录；另外还有梁平傩戏、土法造纸技艺、蓝印花布制作技艺、草把龙习俗、双桂堂庙会、梁平张鸭子传统制作技艺、梁平土陶技艺、梁平狮舞、梁平孝歌、梁平竹雕、梁平吹手、金家功、铜乐锻造技艺、袁驿豆干传统制作技艺及梁平接龙习俗等15个项目列入市级保护名录；还有县级保护名录87个。

此外，还有驿道文化、寨堡文化、抗战文化、红色文化、地方民俗文化等，共同构成了梁平的特色文化。

**（四）地方特产**

**1、梁平柚**

全国柚类品种中外香型最香的柚子。曾荣获原四川省优质水果奖。1998年重庆市首届名柚评比第一名。1998年全国第五次、1999年第六次柚类评比“金杯奖”、“金牌奖”。1999年中国国际农业博览会“名牌产品”奖。

**2、张鸭子**

是梁平诸多卤菜中的代表作，深受消费者青睐。年销售量达百万只以上，2005年被中华名吃博览会组委会授予“中华名吃”称号。

**3、特色餐饮**

最具特色的是梁平三台宴（梁平双桂素斋、梁平全鸭宴、梁平全笋宴）和百里竹海的全竹宴。

**4、梁平竹笋**

梁平竹笋产于天然植物园百里竹海，富含人体必需的氨基酸，铁、钙、磷矿物质，维生素B1、B2、C，胡萝卜素和抗癌作用的多糖类物质，具有清热化痰，消食下气，透疹解毒，利尿利膈，降低胆固醇等功效；具有开胃健脾、增强食欲、寓医于食、鲜、香、嫩、脆的特点，是理想的纯天然绿色健康食品。

**5、袁驿豆干**

已有150多年的历史。含有丰富的蛋白质、脂肪、维生素A、B1、B2、B、钙、磷、铁、钾等成分，可满足人体对各种营养的需求。形如火柴盒般大小的豆腐干通过上榨主压，坚韧软绵、厚薄均匀，不易破碎，多味适度，细嚼慢品，其味无穷。

**6、野生甜茶**

有上千年饮用历史，能清热解毒、润肺止咳，防癌治癌、抗疲劳、防衰老、治疗高血压、糖尿病等，具有药、糖、茶三重功效。已获中国预防医学科学院认可，中国农业部茶叶质检中心认证，并获美国、日本有关机构认证认可，且用于临床治疗糖尿病。

**7、山桂香肠**

梁平山桂香肠色泽鲜艳、香辣开胃、麻辣可口、鲜香纯正、回味悠远、切片性好之特征。现已远销全国20多个省、市及香港特别行政区。是佐酒佳肴、馈赠亲友之佳品，深受消费者青睐。山桂香肠荣获国家银质奖，在中华国产精品展销会上，被中外客商誉为——中华美食。

**8、梁平竹帘**

是流传千年的历史文化遗产。早在北宋年间，就被列为皇家贡品，素有“天下第一帘”之称。《辞海》载：“竹帘画，在细竹丝编织的帘子上加上画的工艺品，产于四川省梁山县（今重庆市梁平县）”。竹帘幅面上画山水、人物、花卉、翎毛、走兽等国画，成为精美的壁饰和窗帘，有浓厚的诗情画意，极富东方色彩和民族气派。

此外，还有木版画、木缘坊梳子、梁平鞋垫、奕虹豆筋、安安鱼、梁平山头、双桂啤酒 、大观白酒等众多特产。

**小 结**

站在重庆乃至全国旅游大视野中审视，对梁平旅游资源可以做出一个特点判断：自然资源丰富，人文景观独特，文化底蕴殷厚，旅游商品众多。

从旅游开发潜力和发展前景审视，对梁平旅游资源可以做出一个定性判断：核心景区特色突出，辅助景区魅力独具，蕴藏丰富想象空间，富有巨大开发价值，能够为梁平旅游实现跨越式发展、成为重庆一流旅游强县，提供强大的自然禀赋和人文资源支撑。

从市场需求和旅游开发角度，可以对梁平旅游资源分别做出价值判断，从而找准梁平“旅游突破年”的突破点。

就自然资源看，百里竹海当属第一资源。西部最大竹海、夏日清凉世界、龙溪河源头、地下温泉资源和众多自然与人文景点，且通达性好，具备了发展观光旅游和旅游地产的自然禀赋，可快速规模开发，作为梁平旅游的突破口之一。梁平坝子当属第二资源。川东最大平坝，农业条件极好，围绕县城四周，乃重庆稀有资源，可以在大土艺术与乡村旅游结合上做出绝美文章，须提档升级，作为梁平旅游的又一突破口。地下森林当属第三资源。全国最大阴沉乌木储藏，植物化石，稀世珍宝。从死去的胡杨林和重现的兵马俑看，地下森林是一种雄浑神秘、令人惊异的奇观。由于具有资源的独占性，如果开发得当，宣传有力，很有可能成为独具特色的核心旅游吸引物，打造与胡杨林、兵马俑具有同等震撼力的旅游景区，成为梁平旅游的引爆点。此事，尚未引起足够重视，需要精心策划，大做文章。地热资源当属第四资源。梁平周边缺乏好的温泉旅游产品，市场前景看好。可以深度开发独立发展温泉旅游，亦可依托温泉发展旅游地产，最好与百里竹海总体开发配套，又相对独立自成体系。东山森林公园，资源特点近似百里竹海而价值稍逊，建议作为储备资源，暂时不作大规模开发而等待时机。人工湖泊资源中，双桂湖特别重要，因为紧靠梁平县城，有成为西部西湖的可能，必将有助于梁平的旅游城市建设和乡村旅游发展。蟠龙溶洞、黄桷树王、冰川遗迹等，难以成为核心旅游吸引物，但可作为主要景区的配套景点，依托主要景区而实现发展意图。

就人文景观看，双桂堂是梁平人文不可动摇的第一资源，更是整个梁平旅游的第一资源，是梁平旅游最大的磁场和气场，是梁平旅游的最大看点，也是梁平“旅游突破年”首屈一指的突破点，潜力很大，前景很好，关键是要高起点策划，大手笔运作。梁平机场是梁平人文旅游第二资源。抗日战争，在中国有特殊影响力。梁山机场的地位、贡献，容易引进游客共鸣。这是绝好的历史文化旅游题材，可以做成重要的旅游吸引物。文峰石塔、驿道遗址、古寨雄风、明清院落、白莲墓群、石刻艺术、名人墓园等历史文化遗迹，难以作为核心景点打造，承担不起主要景点的功能，但很有必要作为主要景点的陪衬而融入到主要景区之中，发挥起烘云托月之功。

就特色文化看，梁平的格局应该是一主二辅。一主，就是禅宗文化。禅宗文化是梁平文化的最大亮点，关注度高，影响面大，随着经济社会的发展，禅宗文化的影响会快速恢复提升，台湾佛教之发达可见一斑，市场前景不可限量。二辅，就是易学文化和非遗文化。梁平易学文化以来知德为标志，但历代易学名家太多，近在咫尺就有涪州学派的大本营北岩点易洞，故梁平的易学牌，不易打响，但可以适当体现发挥。梁平的非遗文化，特色鲜明，数量奇大，居天下之冠，实可做大文章，让其变得可观、可赏、可用。综合考虑，禅宗与非遗，应该成为梁平文化的两大核心要素，尤其要以禅为主，对梁平旅游做出更高定位，进行卓有创见的开发，并促进梁平文化与旅游的深度融合与良性互动。

就地方特产看，主要分为特色食品和旅游工艺两类。由于种类众多，特色突出，与其它区县相比独标异格，有效解决了旅游六要素中吃与购的问题，有很强的旅游支撑力。如何把梁平特产整合起来，与梁平旅游深度整合，做成旅游亮点和卖点，是梁平旅游的一大着力点。

总之，如何在梳理资源基础上，把梁平旅游的自然资源、人文景观、特色文化、地方特产等进行筛选排队、优化组合，打造若干旅游拳头产品，快速提升梁平旅游的核心竞争力和综合实力，提高梁平的知名度、美誉度和影响力，是做好梁平旅游大文章的重中之重。

**三、总体思路**

**（一）战略目标**

1、长江三峡国际黄金旅游带重点节点；

2、西部观光旅游与禅修度假目的地；

3、“双桂堂—百里竹海”国家5A级旅游景区。

此三大目标，具有内在统一性。长江三峡国际黄金旅游带重点节点，要求梁平实现从长江三峡游必经之地到必游之地的角色转变；西部观光旅游与禅修度假目的地，要求梁平成为中国西部集自然文化观光和禅修特色度假为一体的旅游目的地；打造“双桂堂—百里竹海”国家5A级旅游景区，是梁平旅游的可考核目标，是实现前两个目标的基础工程，是梁平旅游战略目标的主要支点和主体工程。

提出这个三位一体的目标体系，有多个依据：

**1、资源支撑。**双桂堂、百里竹海、川东第一坝（大地艺术与乡村旅游）、高山温泉、最大阴沉木储藏、中国非遗第一县、众多旅游商品等资源，完全具备实现这些发展目标的先天条件。

**2、区位优势。**长江三峡游起点在万州，每年有巨大客流必经梁平。而渝北、长寿、垫江、万州等沿线城市，缺乏强大旅游吸引物，梁平完全可能“截留”三峡客源。梁平毗邻四川，便于吸引环渝经济圈跨省出游的游客。

**3、全市格局。**重庆已有6个国家5A级旅游景区，4个在长江以南，2个在长江以北，而大足与巫山之间约500公里，完全有必要再建一个 5 A级旅游景区与长江三峡配套，丰富三峡旅游的项目，从而更好挖掘和释放三峡客源的消费潜力。

**4、外部压力。**由于三峡品牌的巨大磁场，梁平旅游容易被游客忽略不计。梁平别无选择，要么当三峡游的过道，要么成三峡游的起点。梁平旅游只有做大、做特、做强，成为三峡黄金旅游带上绕不开的黄金景点，才能成功“截留”三峡客源为我所用，变三峡旅游的必经之地为必游之地。

**5、战略空间。**5A是旅游名城的入场券，这是国内旅游的市场法则。重庆主城到万州沿线，没有强大的竞争者；万州旅游先天不足，只是三峡旅游的集散地，却非目的地。如果梁平大手笔运作，特别是利用游客拜佛求平安的心理需求，发挥双桂堂的磁场作用，三峡旅游完全可能形成“梁平拜佛、万州上船”的常态。据此，梁平旅游必须高起点确立发展目标，预留充足的发展空间，整个旅游都要紧扣5A这一主体工程，创新策划，超前规划，分步建设，科学运营，绝不能因为短视而自设藩篱，自我约束，输在起跑线上。

**（二）路径选择**

旅游景区致胜之策，大致有三条路径。一是以山水取胜；二是以人文取胜；三是以山水与人文完美结合取胜。其中，山水与人文完美结合，是旅游成功的最高境界，如长江三峡、东岳泰山、杭州西湖、桂林山水等，都是这方面的经典案例。

就梁平旅游资源看，固然有百里竹海、东山森林等山水旅游资源，但与周边的三峡风光、乌江画廊两大山水旅游组团相比，完全不能相提并论。尤其值得注意的是，以奇山异水闻名天下的中国第一旅游品牌长江三峡近在咫尺，早已吸引了中外游客向往的目光。因此，梁平走山水旅游发展之路，难有大的作为。

然而，以双桂堂禅宗文化和非遗文化为亮点的梁平历史文化，却散发着熠熠生辉的光彩，展现出独步天下的人文魅力，展示出极其广阔的旅游开发前景。尤其是双桂堂禅宗文化曾有的辉煌，具有深入挖掘、做大做强的充分理由。

把梁平的山水景观与人文旅游资源进行横向比较和市场分析，可以做出一个基本判断：

1、梁平山水资源的开发价值，受到周边大品牌景区的挤压，而无法充分彰显其魅力。走纯粹的山水旅游路线，最多只能小胜，难以支撑梁平旅游的发展目标。

2、梁平人文旅游资源，特点突出，独占性强，堪称第一资源，是梁平旅游的核心竞争力。大力发展人文旅游，可以弥补山水之短，极有可能引爆梁平旅游。

3、以人文为魂魄，以山水为依托，走特色文化与自然景观相结合的文游融合之路，是梁平旅游发展的路径选择。以文破题，以文出奇，以景造境，以景取胜，是梁平旅游发展的突围之策。

**（三）旅游形象**

按照梁平旅游发展的三大战略目标，梁平旅游的总体形象必须着眼于全国旅游大格局进行定位。根据对梁平旅游资源的梳理判断，特别是对旅游市场发展大趋势的分析预测，经过反复思考权衡，特对梁平旅游在国内旅游大格局中的总体形象做出全新定位：

**重庆梁平·竹海禅城。**

“重庆梁平·竹海禅城”作为梁平旅游形象定位，是经过全面审视、反复思考后慎重提出的建议。

**1、取决于梁平旅游资源的主要特色。**在梁平旅游的众多资源中，排在首位的自然资源是百里竹海，排在首位的文化资源则是双桂堂。而两大资源之间，又存在天然的历史渊源。百里竹海是禅城的景观特点，禅城是百里竹海的文化内核。基于此，梁平的旅游形象定位，理应从百里竹海和双桂堂上着眼。

**2、取决于梁平禅宗文化的历史地位。**梁平属中国禅宗最早流行之地。菩提达摩弟子僧副，从江南赴巴蜀弘法，“遂使庸蜀禅法，自此大行”。破山承临济正脉，创双桂禅堂，开丛林学院化之先河，双桂堂成为西南禅宗祖庭，梁平成为西南禅宗中心，对清初西南佛教的恢复与提升，发挥了决定性作用。既是中心，何妨言城。

**3、取决于全国佛教旅游的竞争态势。**全国佛教资源丰富地区，往往利用自有特点作为旅游形象。如嵩山少林寺、湖北黄梅、广东韶关、江西宜春、云南鸡足山、四川峨眉山、浙江普陀山、山西五台山、安徽九华山等。特别是六祖慧能出生、弘法、圆寂的广东新兴，定位为“中国禅都”，形成了很强的品牌号召力。定位为“重庆梁平·竹海禅城”，既有景又有文，似乎更显魅力。

**4、取决于重庆旅游发展的总体布局。**重庆旅游发展总体战略，把梁平定位为西部禅文化旅游目的地。以禅为魂，统摄多种自然与人文资源，打造以禅宗文化为特色的旅游目的地，就是梁平在重庆旅游总体战略中的定位。梁平的旅游形象，定位为“重庆梁平·竹海禅城”，无疑是对“西部禅文化旅游目的地”内涵的丰富提升。

**5、取决于梁平旅游发展的战略目标。**梁平旅游的战略目标，，要求梁平旅游形象必须有个响当当的全国定位。竹海而有百里浩瀚，已经非常大气。因双桂堂而上升到禅城，肯定是个提升。“重庆梁平·竹海禅城”，让梁平旅游有了一个全国性的高起点定位，大大彰显了梁平旅游的战略目标，昭示着梁平旅游的发展方向，必将成为引领梁平旅游跨越式发展的战略导向。

**（四）突破重点**

围绕三大战略目标和“百里竹海·中国禅城”的形象定位，梁平旅游发展的总体格局，可以概括为“**一园、两核、三片、多点**”。

**一园：**梁平旅游产业园。把整个梁平作为一个旅游产业园区，借鉴经济园区的运作经验，建立一园多区格局，实现发展模式创新，推动梁平旅游的快速崛起和跨越式发展。

**两核：**双桂堂旅游景区、百里竹海旅游景区。前者以禅宗资源为基础，深度挖掘双桂堂品牌，拓展禅宗文化空间，拉长文化产业链，强化景观培育与美化，打造大型文化旅游景区；后者以竹海风光为依托，整合自然景观，注入文化内核，发展观光旅游和旅游地产，打造大型旅游度假景区。

**三片：**双桂堂与双桂湖旅游产业片、西山生态旅游片、东山生态旅游片。三片之中，先期打造两核，东山生态旅游片主要作为预留资源，暂缓大规模开发。

**多点：**一是以农家乐为核心的乡村旅游示范点；二是具有一定旅游价值的零星景点。

在“一园、两核、三片、多点”的总体格局中，重中之重是双桂堂旅游景区、百里竹海旅游景区和乡村旅游示范带。这是梁平旅游发展战略的三根支柱，是梁平旅游实现跨越式发展的三大任务，是梁平旅游必须攻克的三大难题。

**（五）工作时序**

按照梁平旅游发展的三大战略目标和“百里竹海·中国禅城”的形象定位，梁平旅游应作如下工作时序安排。

**1、建立倒逼机制，对发展目标进行任务分解。**根据梁平“百里竹海·中国禅城”的形象定位，确定若干支撑性项目和工作任务；按照国家5A级旅游景区的指标要求，对“双桂堂—百里竹海”大景区做出任务分解。在明确未来任务基础上，倒逼整个旅游工作，将会收到事半功倍的效果。

**2、快速考察调研，解剖成功案例丰富发展思路。**梁平旅游的发展目标，远远超过原有的定位，必须借助超常规的思维方式，外出考察显得十分紧迫。围绕双桂堂景区，建议考察江西宜春（禅都文化博览园）、江苏无锡（灵山大佛）、广东新兴（中国禅都）、海南三亚（南山寺佛教文化公园）、重庆华岩寺（品牌运营）等；围绕百里竹海景区，建议考察江苏溧阳（国家5A南山竹海）、江苏宜兴（4A宜兴竹海）、浙江嘉兴（安吉竹海和莫干山）和仙女山、黄水、湖北利川谋道的旅游地产。围绕乡村旅游，建议考察江苏南京（慢城）、浙江德清（三九坞、裸心谷之洋家乐）、四川成都、重庆铜梁（五朵金花）等。

**3、强化项层设计，确保策划规划具备可操作性。**顶层设计，是旅游策划的灵魂，是做好规划的基石。梁平全县的策划，主要旅游景区的策划，必须按照发展目标的任务要求，充分考虑梁平的资源特点，充分借鉴外地的成功经验，具有现实指导性；梁平全县的旅游规划，主要景区的规划，应当在总体策划指导下，对总体策划方案进行细化、优化，确保具备可操作性。

**4、加强工作运筹，谋划好全县旅游“一盘旗”。**梁平旅游的未来愿景必须了然于胸，任务清晰成细化的指标；实现梁平旅游发展目标，领导团队如何搭建，各类人才如何组织，必须胸有成竹；梁平旅游的众多项目，应该由哪些团队来规划设计，必须心中有数；梁平旅游大建设的项目资金如何筹集，自己出多少，外部来多少，必须提早盘算；梁平旅游目标客户群在哪里，如何做好宣传推广和市场营销，如何组织有效客源，必须提前思考；梁平旅游大发展，如何解放思想，营造氛围，整合资源，统一行动，形成强大合力，必须提前打算。

**5、秉持谋定而动，高起点高品质打造旅游项目。**旅游成败，取决于项目。由于梁平旅游的发展定位，已经大大调高，整个梁平的旅游战略会有重大调整，强烈建议“谋定”之前，暂时缓动。只有策划、规划、设计高起点，才会有旅游项目的高品质。特别要吸取一些地方旅游项目建设只重速度而忽视质量的教训，全县旅游既要快速，又要有序，更要品质，必须条件成熟一个，才能建设一个，确保个个成功。

**6、坚持跨越战略，分步实现旅游发展目标。**实现梁平旅游的发展，既要强调跨越式发展战略，又要强调分段式发展战术。“百里竹海·中国禅城”的形象定位，也是发展定位，应该立即着手宣传，快速扩大影响，防止其它地方重复定位，确保尽快扩大这个旅游形象的影响力。梁平旅游发展的三大目标，创建国家5A是主体工程，考虑到梁平旅游的当前基础，建议实施“八年攻坚计划”：三年之内，创建“双桂堂—百里竹海”国家4A景区；八年之内，创建“双桂堂—百里竹海”国家5A景区，确保梁平成为长江三峡国际黄金旅游带的必游城市和著名的西部观光旅游与禅修度假目的地。

**四、双桂禅风**

双桂堂是梁平塑造“百里竹海·中国禅城”旅游形象，实现旅游发展战略目标的核心基石。本策划的关注重点，是双桂堂文化旅游景区的总体框架。

**（一）景区定位**

双桂堂旅游开发的基本思路，是在对禅宗文化挖掘与品牌价值提升基础上，集合吸纳梁平特色文化资源，打造以双桂堂为标志、以禅宗文化为主体、多种特色文化兼容的双桂堂文化旅游景区，为梁平“中国禅城”旅游形象定位提供景区支撑。

**（二）核心区域**

双桂堂文化旅游景区，按照梁平县已经确定的规划面积大约2700亩，包括金带场镇区块、金城寨区块和滑石寨区块。其中，金带场镇区块，为双桂堂核心景区，面积约1500亩；金城寨区块，离双桂堂2公里，面积约360亩；滑石寨区块，离双桂堂5公里，面积约850亩。

双桂堂文化旅游景区的核心吸引物是双桂堂，因而双桂堂文化旅游景区的核心区，自当以双桂堂为圆点向周边地带扩散。由于滑石寨与金城寨具有景观相似性，更由于金城寨与双桂堂只有一步之遥，且有直接历史渊源，因此，双桂堂文化旅游景区的核心区，当以金带场镇、金城寨两个区块合二为一为宜。

滑石寨虽然已经纳入双桂堂文化旅游景区范围，但布局与双桂堂直接配套的大型文化旅游项目稍嫌不便，建议作为双桂堂补充景区或单一景区，综合利用其古寨、悬崖、湖泊、森林资源，发展攀岩项目和乡村旅游。

**（三）重点项目**

综合考虑梁平旅游的三大发展目标和“中国禅城”的核心定位，梁平旅游发展的第一要务，就是做大做强双桂堂文化旅游景区。除已有的禅宗文化资源外，梁平的易学、非遗、阴沉乌木等特色资源，都须向双桂堂一带集中，共同支撑双桂堂文化旅游景区，形成梁平旅游的第一窗口和最大磁场。

双桂堂文化旅游景区的主要功能为游（文化旅游）与修（禅修）。按照高起点策划、大手笔建设、超常规运作的理念，双桂堂文化旅游景区，应当是一个具有强大视觉震撼和心灵震撼的文化旅游项目群。

**1、游客中心。**位于漏明岩东北侧、云龙至金带镇主干公路旁。规模按照五A标准建设，楼房参照仙女山游客中心，配套停车场参考长寿湖游客中心。大门立大牌坊，主体建筑体现佛教特点，配套若干文化小品。

**2、禅宗文化长廊。**位于漏明岩游客中心与双桂堂大门之间，大致沿着桂溪河河道布局，为大型禅宗文化长廊。园林化打造，溪河整治，河岸美化，小桥流水，绿树掩映，富有佛教意趣。长廊有中轴大道，供电瓶车往返，两边有人行步道，可游可憩。长廊对主景区双桂堂有烘托功能，通过禅宗文化展示，对游客进行禅宗知识普及，营造宗教文化气氛。长廊可通过竹制壁画、竹木浮雕、钢石圆雕等形式，初步考虑展示如下内容：**（1）佛国天香。**长廊入口文化墙，壁画为荷花、佛祖元素的佛国世界。用最通俗的语言，解释佛的含义与价值，突出佛教的大智慧、大快乐，并强调其对幸福人生的特殊功用。**（2）王子出家。**讲述释迦牟尼不当王子，大悟出家，普渡众生，创立佛教的故事。与中国的孔子、老子同一时代。强调佛教是世界三大宗教之一，佛教非迷信，乃大智慧大快乐的教育教化。**（3）禅风世界。**雕塑或壁画表现禅的意趣和韵味。用通俗语言，解释禅为何物？禅有何用？告诉人们禅为修佛之一法，帮助人们获得大智慧，得到大快乐。**（4）拈花微笑**。表现佛祖拈花，迦叶（禅宗第一代祖师）微笑的故事，揭示禅宗创立时以心传心的第一宗公案，强调禅宗不假文字、心心相印的传教宗旨。**（5）达摩东渡。**表现佛传禅宗二十八祖、中国禅宗初祖菩提达摩南朝萧梁时渡海东来的故事，穿插一苇渡江、九年面壁典故和传法慧可的历史。配达摩东渡路线图。列出中国禅宗的传承谱系。**（6）僧副西行。**表现僧副最早到巴渝地区弘扬禅法，“遂使庸蜀禅法自此大行”的重要史实，揭示梁平禅宗文化之悠久历史与深厚底蕴。僧副为菩提达摩高徒，中国禅宗第一批高僧，奉命南下梁朝都城建康（南京）受到礼遇，后溯江西来，弘法巴蜀。配僧副弘法路线图。**（7）六祖慧能。**慧能坐像雕塑，参考广东六榕寺。慧能为中国禅宗实际创始人。介绍黄梅得法、能秀之争、南归隐遁、风动幡动、曹溪弘法、广受门徒等事迹，注重趣味性。配慧能弘法路线图。特别强调，慧能得法的黄梅，也是双桂堂创始人破山大师得法之地，说明破山与慧能一脉相承。**（8）马祖丛林。**马祖道一塑像，事迹简介。马祖继承道信以来建立固定道场和禅门农禅并重传统，改变过去多数高僧没有固定传教场所的做法，大开丛林，多地建立卫星丛林，建立集体劳作、共同参修的制度，从而奠定禅宗发展基业。“得道莫还乡，还乡道不香”，是关于马祖的著名公案。**（9）百丈清规。**百丈怀海塑像，事迹简介。为六祖慧能三传弟子，马祖弟子。主要贡献为制定禅宗寺院（丛林）组织的规程和寺众（清众）日常行事的章则，成为禅宗历久不衰的保障，史称《百丈清规》。**（10）密云圆悟。**塑像，简介。明末禅宗中兴大师，开创天童法第，破山大师的老师。修行经验为“直指人心，见性成佛”；传教方法为棒打，自称一条白棒。长廊至双桂堂大门前的柏树林（象鼻岛），可建造荷塘一方，形成象鼻莲塘一景，莲花象征佛法的圣洁，大象象征佛法的力量，营造佛国圣境的氛围。象鼻岛上可建佛教特色的条型楼阁，横亘在双桂堂与禅宗文化长廊之间形成一道屏风，登高可将双桂堂全景尽收眼底。

**3、双桂堂。**是梁平“中国禅城”形象定位的核心景区，是梁平最大的旅游吸引物。一是做好寺庙古代建筑的保护与修复；二是做好宗教文物的保护与展陈；三是完善佛教建筑的基本功能，复建钟楼和鼓楼；四是修建破山大师大型雕像，作为重要祭拜场所，开展“保平安、拜破山”的日常祭拜活动；五是修建破山纪念堂，展陈破山生平事迹、诗文作品、佛学著作、名言隽语等，突显其明末清初佛学巨匠和社会活动家的杰出贡献；六是修建双桂法系分布文化墙，用图案揭示双桂堂西南禅宗祖庭的历史地位；七是借鉴华岩寺经验，实施景观照明工程，通过灯光变化，营造双桂堂禅风夜景；八是强化双桂堂的禅味听觉，建议引用古代乐器尺八箫演奏的禅宗风格乐曲，作为日常背景音乐。

**4、金城寨**。打造生态休闲型历史文化景点。修建生态旅游公路，将双桂堂与金城寨结为一体。可借鉴合川钓鱼城和武胜宝箴塞之格局，恢复修建金城寨大门、古寨墙、军政大营、哨所、暗堡、演兵场、姚公祠、姚玉麟墓、点将台和破山弘法道场遗址、破山旧居，重现当年古战场场景和破山弘法建堂历史。特别应当注重金城寨与双桂堂的历史渊源，可塑姚玉麟支持破山修建双桂堂的主题浮雕，再现双桂堂的建设过程。

**5、禅修社区。**禅修正在成为一种生活方式和社会趋势。利用双桂堂品牌，发展禅修产业，打造西部禅修中心，是梁平旅游的重要方向和突出特点。禅修社区，建议布局于双桂堂毗邻地区，特别是禅宗文化长廊北侧、双桂堂至金城寨沿线、金城寨寨顶和四周，呈带状、点状分布。建立高档次的禅修培训中心，满足集团禅修培训需要；建立禅修社区，发展旅游地产，满足个人购房禅修需要；建立禅修公寓同，满足大众短期禅修需要。高度重视生态环境，建立绿色禅修社区。继承农禅双修传统，配备一定的农业体验场地。坚持形神兼顾，神重于形，针对不同群体不同需求，科学设置禅修内容，确保禅修对人们的日常生活产生正能量。

**6、非遗博物园**。借鉴世博园、长寿古镇、安居古城和一些江南名镇的经验，在双桂堂附近布局非遗博物园，集中展示梁平非物质文化遗产，并吸纳其它地区的非遗项目进入园区。建筑风貌可借鉴清明上河图，营建成水乡古镇。园区既重展示演示，又重消费体验。非遗园须与文化创意产业园结合，致力于打造重庆最大的旅游商品创意产业园区和旅游商品基地，把非遗的继承发展与打造旅游商品创意产业结合起来，发展非遗文化创意产业。配套建立特色旅游商业街区，展示出售旅游商品，大力发展以素餐为特色的餐饮业。

**7、博物馆**。布局于双桂堂附近，作为核心景点之一。集中展示梁平历史文化和风土人情，特别是农耕文化、驿道文化、易学文化、抗战文化、航空文化、红色文化、古寨文化、烟花文化等，彰显梁平的悠久历史和厚重底蕴。梁平的历史文化名人，应该占有重要位置。

**8、地下森林展示园**。借鉴额济纳胡杨林和秦始皇陵兵马俑之经验，利用中国阴沉木第一县的资源，复现当年梁平浅海平坝的场景，建立世界最大的地下森林展示园，作为核心旅游吸引物，响亮打出梁平“地下森林”的旅游品牌。利用地下乌木制作工艺品，发展礼品和纪念品产业。

整个双桂堂文化旅游景区，重点发展禅宗朝觐、文化观光、禅修培训为特色的旅游产业。应充分发挥双桂堂品牌影响力，开发佛教界业务培训，做好品牌输出和管理输出，参与其它地方佛教寺庙的修复、改建、扩建和运营管理，进一步提升双桂堂品牌。为提升人气，建议借鉴长寿古镇经验，策划形式多样的旅游活动，做到月月有活动，季季有高潮，突出双桂堂朝觐之旅、禅修之旅、非遗之旅等主题旅游活动。

**五、百里竹海**

百里竹海，是梁平“百里竹海·中国禅城”旅游形象的自然基底和景观特点，是实现梁平旅游发展三大目标的重要依托，与双桂堂形成梁平旅游的双核，共同承担支撑梁平旅游跨越式发展的战略任务。

**（一）景区定位**

百里竹海的发展定位：**中国西部最大高山竹海生态旅游景区。**

根据其资源特点，主要功能应当定位在游与憩。主要发展生态旅游、养生旅游、禅修旅游、文化旅游、乡村旅游、避暑旅游、运动旅游、浪漫旅游等项目。

整个旅游项目，可以归结为两大发展方向：观光旅游和度假旅游。

观光旅游，主要体现“游”的功能，涵盖生态旅游、文化旅游、运动旅游、浪漫旅游等项目，要纳入三峡旅游经济带的旅游线路，以吸引外地游客为主。

度假旅游，主要体现“憩”的功能，涵盖养生旅游、禅修旅游、乡村旅游、避暑旅游等项目，既有当地游客为主的短期休闲度假，更有外地游客为主的长期居住度假，重点发展旅游地产及其配套产业。

**（二）功能分区**

百里竹海旅游景区，面积42.5平方公里，外围保护范围面积8.97平方公里，以竹山镇为核心区，加上景区周边礼让、明达部分区域，总面积约70平方公里。

百里竹海景区的功能分区为**一廊六区**。一廊，即百里竹海观光画廊。六区，即竹风禅韵观光区、游客综合服务区、旅游度假核心区、温泉养生度假区、竹海风情体验区、高山湖泊度假区。

**百里竹海观光画廊。**从观音洞南部次入口，东北到达竹丰湖北端，形成以竹海为生态特色、集合众多生态与人文景点为一体的百里幽谷竹海风光带。百里竹海画廊两侧，布局七个旅游功能区。

**竹风禅韵观光区。**主要景点：观音洞和白莲教遗址。看点：登高远望竹海景观，寻幽探访白莲史迹。

**游客综合服务区。**位于快速通道通往景区的主入口，建立游客接待中心和大型停车场。

**旅游度假核心区。**位于竹山镇场镇周边地带，依托竹林发展旅游地产，建立多个旅游度假小区；依托多个老院落资源，发展怀旧风情的度假客栈。

**温泉养生度假区。**位于明达、礼让之间的明月山麓，距竹山场镇不远处，重点发展以温泉资源为依托的养生旅游度假。

**竹海风情体验区。**以天星塘为主体景区，以竹文化博物馆为标志、竹林娱乐为特色、浪漫爱情为主题的旅游区。

**高山湖泊度假区。**位于百里竹海最北部之竹丰湖、小峨嵋山景区。重点发展高端旅游度假村。

**（三）观光旅游**

**1、做大做亮现有旅游景点。**观光旅游，首先必须有景点支撑。建议对百里竹海画廊中的百竹园、狐狸嘴、观音庙、竹丰湖、老院夕照、摩天岭、天星塘、观音洞、峰龙洞、天宝寨遗址、白莲古墓群、千丈河瀑、五狮朝圣、恐龙戏珠、二龙抢宝、月亮石、鹰嘴岩、鹰岩、笑罗汉、千年岩根、竹林七贤、方广寺、崇庆寺、小峨眉山等自然与人文景点，进行梳理研判，从观光旅游角度重新审视其开发价值，根据观光旅游的线路设计，有重点地开发一批景点，打造旅游吸引物。

**2、挖掘资源新增旅游景点**。除了现有景点外，特殊需要从市场需要出发，对自然与人文资源进行再度挖掘，培育一批新的景点。初步考虑增加以下景点：（1）大唐荔枝道。根据杨贵妃喜食之荔枝出自涪州乐温、经过百里槽而运达长安的权威考证，借助“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”的影响力，恢复重建古驿道，修筑大唐长生殿，绘制荔枝输送线路图，雕刻杨妃荔枝题材的名人名作，再现这段风流韵事，可以成为很好的旅游吸引物。（2）龙溪河源。立巨型石碑，书写“龙溪河源”，下注文字说明，强调龙溪河之重要，大唐荔枝道就是沿着龙溪河谷从长江边抵达的梁平，再从百里竹海经达州万源出川，直到关中。（3）爱情公园。打造以竹海为背景的爱情主题公园和婚纱摄影基地。（4）竹海栈道。借鉴古代巴蜀地区的栈道，嫁接中国古代驿道“十里五里，长亭短亭”的规制，构建天下第一竹海栈道，也可选择观赏竹海的最佳位置，构建盘山竹海栈道，作为百里竹海观景的“旋转舞台”。

**3、大力发展竹文化旅游。**（1）竹博园。借鉴江苏溧阳南山竹海竹文化博物馆经验，建立竹博园，展示竹子的栽培历史、竹子品种、竹生活、竹文化等，以知识性、趣味性取胜。（2）竹艺园。展示和销售以竹子为材料的各类生活品和工艺品，开展竹艺DIY体验旅游。（3）竹像园。借鉴蜡像馆经验，创立中国最大的竹像馆，打造天下第一竹佛祖像和以历代高僧大德群像为题材的天下第一竹帘画，作为镇馆之宝。（4）竹乐园。开展以竹子为题材的娱乐运动项目。（5）竹味园。以观音洞宾馆的全竹宴为基础，推出梁平全竹宴品牌，打造全国有影响的竹味美食体验基地。

**4、策划精品线路和特色项目**。精心设计百里竹海观光画廊的旅游线路，将景区内富有吸引力的自然与人文景点，全部集中在旅游线上，做成真正意义上的观光旅游精品路线。策划设计各种特色活动，不断刺激游客的出游冲动，持续激活景区人气。建议有选择性地举办百里竹海文化节、百里竹海美食节、百里竹海自行车大赛、百里竹海婚纱展览、百里竹海摄影大赛、百里竹海楹联全国征集、百里竹海鹊桥会（相亲会）、在渝老外游百里竹海、龙溪河源探险游、重走杨贵妃荔枝道等旅游节庆活动。建议推出百里竹海浪漫之旅、百里竹海温泉之旅、百里竹海洗肺之旅、百里竹海雪景之旅、百里竹海清凉之旅、百里竹海美食之旅、百里竹海探幽之旅、百里竹海露营之旅、百里竹海怀旧之旅等多种主题旅游项目。

**（四）度假旅游**

百里竹海的度假地产，应当重点抓好三大项目：

**1、突出发展旅游地产项目。**发展旅游地产，是百里竹海开发的第一要务，是梁平旅游跨越式发展的重要突破口。当前，重庆避暑地产持续热销，还有很大刚性需求；长寿湖旅游地产热销，生态旅游地产也有很大空间。特别值得注意者，重庆避暑胜地主要集中于长江以南地区，长江以北至今还没有一个大型的避暑度假成熟社区。百里竹海集高山、竹海、温泉、湖泊、溪瀑等为一体，空气清新，气温比同海拔地带（由于竹海特有的降温效应远强于普通乔木）低3—5度，又有区位交通之便，既有开发避暑地产的优势，又有开发度假地产的条件，具有广泛市场前景。建议重点围绕竹山镇和温泉出水地，大力发展旅游地产，建立多个避暑度假社区，并发展相关配套产业和设施。旅游地产的整个运作模式，可以参照利川苏马荡、武隆仙女山、长寿湖等地的经验，确保快速获得成功。具体的运作思路，需另案详述。

**2、适时推出温泉养生地产。**礼让、明达明月山麓地带，由于地热资源的发现，必将成为梁平旅游的又一亮点。重庆成功创建“世界温泉之都”，已经积累了发展温泉养生地产的成功经验，有众多的成功案例可供借鉴，梁平完全可以采取拿来主义的办法，适时发展以温泉为特色的养生度假地产。除了在温泉出水地发展养生项目和旅游地产外，还可将温泉资源引入百里槽，发展以高山竹海温泉为特色的高端旅游地产。待温泉钻探工作结束后，即可组织温泉项目策划团队，进入实质性策划规划。

**3、提倡引导禅修旅游度假。**竹林与佛教有天然渊源，可以说是佛教的催化剂之一。百里竹海是一方颇有禅宗意境的风水宝地，与西南禅宗祖庭双桂堂相距甚近，当地也有大量佛教资源，具有发展禅修旅游度假得天独厚的自然与文化环境。随着人们对精神生活渴求的增长，特别是国内很多地方禅修的兴盛，禅修旅游度假正在成为一种新兴的生活方式。可以考虑将百里竹海的综合生态资源与双桂堂的丰厚佛教资源整合，打造一个具有全国乃至世界影响力的禅修旅游度假社区，科学设置课程和教学方法，进而在重庆乃至更大范围内提倡禅修这种身心双修的旅游度假方式。这个禅修社区与双桂堂相比，具有明显的生态环境和空气质量优势，因而应当走高端路线，与双桂堂的禅修项目有所区别，作为梁平“中国禅城”的标志性工程，做成梁平旅游的一张特殊名片。

**六、乡村旅游**

乡村旅游，是梁平旅游的三大支柱之一。虽然，梁平乡村旅游已居重庆先进行列，但与发达地区相比，按未来目标要求，还有整体大幅提升的必要。

**（一）目标定位**

乡村旅游有巨大刚性需求，已经成为新兴的大众旅游方式。梁平发展乡村旅游的综合资源独具优势，已有相当产业基础，具有成为乡村旅游大县的诸多有利条件。基于此，梁平旅游不可延续小规模、低端化的路子，而应该调高乡村旅游的发展目标：**打造国内一流乡村旅游示范基地。**

借鉴国外乡村旅游的成功经验，吸纳台湾、成都等乡村旅游先进地区的合理因素，结合梁平资源特点，高标准定位，高起点策划，高水平建设，梁平乡村旅游一定能够走出自己的路子，打造成具有全国影响力的重庆品牌。

**（二）空间布局**

乡村旅游的空间布局，须以资源支撑为首要前提。梁平乡村旅游的空间布局，既要强调数量上的“多点”，更应强调资源上的“优点”，促进乡村旅游从空间上的“多点”向资源富集的“优点”集中，并尽可能与主要景区配套。两山一坝一寺，无疑是梁平乡村旅游的主要发展地带。今后，除继续提升文峰塔片区、金带镇片区、聚奎爱河花谷、合兴名柚园、礼让生态鱼园等乡村旅游示范基地外，特别应该考虑利用东山森林、百里竹海、温泉资源等特色资源，发展特色乡村旅游。

**（三）客源市场**

坚持两眼向外，拓宽客源市场，是梁平乡村旅游的营销策略。应当改变乡村旅游主要为当地居民服务的保守观念，重新确定外地客源为主、当地客源为辅的客源结构，致力于发展外向型的乡村旅游。随着外部交通环境的根本性改变，梁平乡村旅游的外地客源，主要应当锁定三大市场：一是以万州为中心的渝东北市场；二是以南充、广安、达州为重点的四川环渝经济带市场；三是重庆主城都市经济圈市场。

**（四）对策建议**

**1、保护原真状态，突出乡村情调。**乡村自然与人文环境的原真性，是乡村旅游的核心磁场。乡村旅游之所以兴旺，主要原因是城市居民渴望游走乡村，在换景中换心。当前，乡村的大环境，都市的小院落，缺乏乡村的原汁原味和原始古朴情调，是乡村旅游的一个弊端。欧美国家的乡村旅游，非常重视原有农村自然景观的保护和文化古遗的复原整修，尽可能保持其原貌的、乡朝的、传统的、古旧的自然景观和民俗景点，使之成为乡土式的综合博物馆。梁平乡村旅游的发展，如果能够在维护乡村自然景观与历史文化的原真性上花大功夫、见真成效，必将大大有利于乡村旅游的提档升级而引来广泛美誉，从而丰富提升梁平的旅游形象。

**2、强化眼球观念，提升景观气场。**大景观，大气场，营造视觉冲击，激发出游冲动，是乡村旅游的铁定规律。国内外乡村旅游的经典案例，一般都以大尺度景观作为吸引物，如新西兰绿草如茵的大片牧场，澳大利亚遮天蔽日的红松林，法国普罗旺斯一望无垠的熏衣草和向日葵，都能第一时间冲击游客眼球。建议梁平把大尺度特色大地景观，作为乡村旅游的吸引物来打造，作为提升梁平乡村旅游气场的招牌景观。一是借景。借两山森林、竹海和柚园之景；二是造景。通过大地农业造景艺术，打造梁平大坝的多彩田园景观。

**3、强化农旅互动，提升产业效益。**乡村旅游的主要特点是旅游，乡村环境和生态农业起着辅助作用，在实际操作中，农业的产业功能往往被忽略。当前，梁平应该强化乡村旅游中农业与旅游的双赢模式，重点发展高科技含量、高附加值与乡村景观有机结合的农业项目，让农业项目既承担农业的效益功能，又承担旅游的景观功能。成都的五朵金花模式，梁平的万亩柚园模式，就是成功案例。特别是铜梁的七彩梦园，引进国外蔬果，景观别有风情，既价格昂贵，又吸引游客，成为生态农业与乡村旅游完美结合、实现双赢的成功典范，值得梁平学习借鉴和大力推广。

**4、探索高端路线，推出精品项目。**高端产品缺失，是当前乡村旅游中的一个市场空间。我国乡村旅游发展伊始，主要针对的是中低端消费群体，发展模式比较粗放，对高端消费群体缺乏吸引力，虽然占用了旅游资源，但旅游产出不高，生命力的长久受到挑战。发达国家的早期乡村旅游，往往具有明显的贵族化特点，然后才向大众化方向调整，形成了高中低结合的格局。建议梁平发挥百里竹海和温泉资源优势，提倡开发高端乡村度假产品，导入高品质的乡村旅游服务系统，或者引进浙江德清“洋家乐”模式，推出乡村旅游精品项目，以此引领全县乡村旅游水平的大幅提升。

**5、引入磁场理念，塑造景点魅力。**游客的出游行动取决于旅游目的地的吸引物，而这种旅游吸引物可以营造形成。旅游吸引物，可分为自然景观、空气质量、文化遗迹、宗教圣物、民俗风情、主体活动、特色美食等，从这些角度看，梁平显然集多种吸引物于一体。建议梁平对全县乡村旅游的吸引物进行梳理，看看在旅游吸引物建设上还存在哪些问题，然后以吸引物营造作为思考整个乡村旅游的基点，用吸引物塑造统领梁平的乡村旅游发展，建立起梁平旅游的巨大磁场。

**6、注入特色文化，提升文化品味。**特色文化与乡村旅游的深度融合与良性互动，始终是梁平乡村旅游的一个方向。建议对梁平禅宗、易学、非遗、抗战、农耕等文化元素如何融入乡村旅游，做出专门规划，实现梁平乡村旅游的文化大提升。比如，百里竹海的乡村旅游，如何与老院民居、易学文化结合；金带镇的乡村旅游，如何与禅宗文化、农耕文化结合；文峰塔片区的乡村旅游，如何与非遗文化、抗战文化结合。注入特色文化，不仅在视觉的感染，更应该体验式活动，让游客在参与中感受文化的魅力，并从中获得乐趣和满足。

**七、氛围营造**

一座城市、一个景区的旅游氛围，是旅游吸引力的重要组成部分。随着梁平旅游的跨越式发发展，县城和景区旅游氛围的营造，也应当提上议事日程。

**1、树立“氛围即旅游”理念，规划设计旅游氛围营造**。对于旅游城市和景区而言，旅游氛围是旅游的形象气质、文化品位、发展水平的集中展示。大凡国内外著名的旅游城市和旅游景区，无不具有旅游胜地独有的风貌气质和文化韵味，给人赏心悦目的直观感受。全县上下应当树立“氛围即旅游”的发展理念，紧紧围绕旅游发展的三大目标，借鉴国内做秀旅游城市和一流景区的经验，从形象定位、风貌气质、文化元素、视觉特点、服务水准、布局分区、营造时序等方面，对梁平旅游氛围营造做出专门规划设计，作为梁平旅游氛围营造的科学依据。

**2、围绕城市旅游形象，营造县城旅游氛围**。梁平县城，须实现从普通县城向旅游城市的角色转变。作为县城新区的双桂湖片区，应该借鉴杭州西湖的经验，按照城景合一、半城半湖的模式，打造成具有旅游功能的城市综合体。“百里竹海·中国禅城”作为梁平旅游形象的核心定位，是梁平旅游最大的识别符号。整个梁平县城旅游氛围的视觉系统和听觉系统，都应该围绕“竹海”和“禅城”的旅游形象来打造，从城市面貌、景区风貌、建筑造型、文化牌坊、园林绿化、花台搭建、城市雕塑、街景小品、酒店餐馆装修、路灯路牌、户外广告、宣传标语等入手，营造浓郁的竹禅文化氛围和文化视觉冲击力，让游客一入梁平，即入竹风禅境，时时处处都可以感受到竹禅文化的特殊魅力。

**3、突出主要景区特点，营造景区旅游氛围。**双桂堂是梁平打造“中国禅城”的核心基石，是游客对梁平旅游最为关注的核心景区，是梁平营造旅游氛围的重中之重。金带镇的建设与管理，应当致力于打造全国有影响的禅宗文化旅游名镇，充分展示禅宗文化的特点和魅力。要做好双桂堂周边大环境和金带小环境的综合整治，大幅提升绿化、美化、亮化水准，提升整个景区的自然景观与人文内涵。百里竹海景区，应当从佛教与竹林的文化渊源和相互融合角度，打造具有震撼力的标志性景点和一批景观小品、旅游商品，还可利用温泉资源，开发禅趣、禅疗温泉养生项目。乡村旅游，也可推出禅宗文化主题的园林景观、艺术小品和特色餐饮等。

**4、紧扣游客心理需求，强化旅游线路氛围营造。**旅游线路，也是旅游景观的重要内容。从游客普遍心理看，都希望旅游线路的景观化和旅途的轻松愉快。从高速公路出口和铁路、高铁出站通往梁平县城、双桂堂、百里竹海、东山森林、乡村旅游主要片区的旅游公路，都要按照旅游公路的标准进行建设，并做好道路沿线的景观培育美化，做好景区地图、大型牌坊、匾额楹联、雕塑小品、景点绘画、户外广告、宣传标语等氛围营造，提高旅游通达的安全性、舒适度和愉悦感。

**5、完善旅游配套建设，增强城市旅游功能。**火车站、高铁站、高速路出入口等关键部位，应当完善建设大型游客服务中心，配套建设购物中心、游客休闲广场、卫生间等服务要件，全面提供信息咨询，免费提供全市旅游、交通图册，开展散客游旅游服务，建立游客投诉受理机制，销售质优价适的旅游商品和纪念品。景区景点入口，应当设立游客服务咨询台，免费发放景区简介、导览图，提供常用药品和简单医护服务。要全面完善城市方位和交通标识设置，选择重要交通节点制作大型城区和景区交通图。整个城市的硬件设施配套，都要最大化地满足游客的需要。

**6、树立“一盘棋”思想，提高旅游服务整体水平**。全县上下要增强旅游城市意识，树立旅游“一盘棋”思想，共同提升旅游服务整体水平。县级机关各个部门，都要发挥各自职能，形成旅游发展的合力。全面强化景区景点讲解员、出租车司机、公交车司乘人员、旅行社导游、餐饮行业服务人员、住宿业服务人员等窗口从业人员的优质服务意识，加强服务人员的道德规范、礼仪礼貌、规范服务、业务技能等教育，全面提高行业服务水平。加强市民文明素质教育，培育梁平市民的良好精神风貌和热情服务意识。提倡开展志愿者服务活动，倡导全民参与梁平旅游志愿者服务活动，做到人人争创旅游环境，人人都做旅游形象，人人都要是服务人员。

**八、投资策略**

要实现梁平旅游发展的三大目标，树立“百里竹海·中国禅城”的旅游形象，既要紧紧抓住双桂禅风、百里竹海、乡村旅游三大支柱项目，还要致力于营造良好的旅游氛围。完成这些任务，至关重要的是投资问题。

**（一）投资困惑**

也许，现在准确计算梁平旅游的资金投入总量还为时尚早，但参照其它城市发展旅游的经验，梁平旅游的建设任务肯定是个大盘子，整个投入至少在100个亿左右。

如此巨量的投入，仅靠梁平的现有财力显然难以承受，但是，梁平旅游的投入难题并非没有破解之策。如何科学筹划，优化策略，整合资源，广开财源，从根本上解决梁平旅游发展巨量投入的资金来源，是本策划方案必须回答的问题。

**（二）破解策略**

外地发展旅游的成功经验，对破解梁平旅游的投资难题，具有直接启发意义。梁平旅游投资的破解策略，可以概括为十六个字：**政府主导，市场运作，以景招商，以地聚财。**

政府主导，要求政府承担统揽运筹，规划设计，平台搭建，基础设施建设，优惠政策制定，营销宣传推广，综合协调服务等基础性工作，并承担景区之土地一级开发。

市场运作，要求运用市场手段，获取资金支持，让各类企业成为投资主体，而不是依靠财政资金解决投入问题。

以景招商，要求发挥梁平旅游的资源优势和投资价值，包装项目，招商引资，把梁平变成旅游投资热土，让外地客商成为梁平旅游开发的主力军。

以地聚财，要求凭借旅游项目的市场前景招商引资，将现有土地资源盘活变现，既为政府投入积累资金，最终平衡投入产出，又促进旅游产业快速发展，为外地客商创造商机。

**（三）运作路径**

**1、重点突破，快速启动。**利用土地资源撬动市场，借助外来客商投入建设，是梁平旅游投资策略的精髓。可是，到底从何入手呢？根据重庆旅游市场的特点，特别是旅游地产的发展趋势，结合梁平旅游的资源特点，破题入口有两个选择。一是双桂堂。依托双桂堂核心景区，金带镇旅游城镇建设和禅修度假区开发，可以实行景区开发与旅游地产互动的模式，通过特别优惠政策，吸引开发商快速入驻，快速启动，从景区建设入手，再到旅游地产和商业地产开发。二是百里竹海。外地客商对百里竹海唯一的担心，是宜建地块海拔大约800米左右，发展避暑地产气温不够理想。然而，科学研究证明，酷暑时节同一海拔竹林比空旷地气温低3－5℃，湿度高30％以上，且放氧量比其他植物高出35％。按照海拔每上升1000米气温下降6度的原理，百里竹海夏天的气温，与海拔1200米的仙女山镇几乎相同。据此，百里竹海发展避暑地产，具有可靠优势，理应成为梁平旅游总体战役的又一突破口。

**2、搭建平台，储备资源。**组建梁平旅游产业园区管委会，负责景区规划设计、开发建设的统筹管理；建立旅游投资开发建设平台公司，按照国家有关政策征储景区旅游项目和地产开发用地，通过土地融资形式，获得适量前期投入资金。

**3、景观先行，涵育地价。**由旅游投资开发建设平台公司，利用已经获得的适量资金，开始景区的道路交通、基础设施、旅游景点、环境美化，并加强景区对外宣传，推出特色旅游产品，利用优惠政策吸引游客，提升景区人气，进而涵育拉升景区地价。

**4、低价策略，激活人气。**对先期进入景区并进行实质性开发的开发商，实行特殊地价，配套优惠政策，并约定房屋品质要求与销售价格空间，确保用高性价比投入市场，并考虑分权度假、委托管理等方式，刺激旅游地产热销，让双桂堂和百里竹海旅游地产一炮走红，吸引市场关注的目光，快速激活人气。在此期间，要加强节奏调控，从严控制放地规模和速度，捂地待涨，相时放地。

**5、彰显亮点，扩大引资。**在景区建设初具规模，旅游地产引发关注的前提下，对双桂堂的禅修旅游项目做特别推广，向社会提倡禅修度假这一新兴旅游度假形式。从观光旅游和避暑地产两个角度，对百里竹海的资源进行梳理，放大其独占性魅力，让整个重庆旅游市场感受到百里竹海就是香格里拉，是重庆观光旅游和避暑地产的最后一方净土。同时，包装推出若干观光旅游项目和避暑地产项目，有的放矢，直接面向仙女山、黄水、利川谋道等景区的开发商定点招商引资，加快整个景区的建设步伐。

**6、统筹协调，激活全盘。**在双桂堂、百里竹海开发建设起步，政府已经积累一定财力时，应该统一协调资金的合理使用，确保双桂堂与百里竹海两大景区开发的协调运行，并带动其它景区的开发建设。充分采取基础开路、旅游先行的办法，激活人气，拉升地价，定点招商，吸引社会资金进入景区。双桂堂可重点发展宗教观光旅游、禅修度假地产和旅游商业地产；百里竹海重点发展观光旅游和避暑地产；温泉景区可重点推出温泉养生、休闲疗养、度假地产等。同时，加大投入，鼓励引导乡村旅游提档升级，做好梁平县城、各个景区和旅游线路的旅游氛围营造。

**九、整合营销**

**（一）营销目标**

**1、提高景区三度**

致力于引导激发游客对梁平旅游观光价值、休闲度假价值、养生长寿价值的认知、认可、认同，注重同类景区的横向比较宣传，突出梁平的综合优势与独特魅力，提高梁平旅游的品牌知名度、游客认可度和市场美誉度。

**2、树立特色形象**

紧紧围绕“百里竹海·中国禅城”的旅游形象，致力于梁平自然景观奇特、生物资源珍稀、环境清净幽凉、物产丰富独特、禅宗文化厚重、非遗文化丰富等特色优势的宣传推广，强化梁平休闲度假旅游在自然资源上的特异性、优质感，强化梁平与金佛山、仙女山、黄水、苏马荡等避暑度假景区在文化资源上的优越性、差异化。

**3、拓宽观光客源**

致力于双桂堂、百里竹海唯一性、奇特性、神秘性旅游资源的揭示宣传，扩大宣传半径和影响辐射面，把梁平客源市场从梁平快速扩展到周边区县、重庆主城、环渝经济带，并逐步向西南、华中、京津沪粤、港澳台扩散，形成持续的观光旅游高潮。

**4、激活度假地产**

双桂堂应当立足禅宗文化资源，突出禅修度假的功能作用和特色价值的宣传，强调禅修度假这一生活方式对人们身心愉悦、健康长寿的特殊价值。百里竹海应当围绕养生长寿主题，突出植被、空气、气温、水质、物产等因素的宣传，突出区位特点、交通优势、环境舒适性、生活便利性等因素的宣传，树立起 “渝东北避暑第一山”、“重庆避暑第三极”的旅游形象，促进旅游地产的高速度、高品质增长。

**5、提升综合效益**

致力于梁平“百里竹海·中国禅城”旅游形象的宣传，提升梁平城市形象，做好梁平城市营销，带动梁平整个服务产业的上档升级，促进投资环境的大改善，对外开放的大提升，招商引资的大拓展，为梁平经济社会发展吸纳更多资源、拓展更大空间、开辟更宽前景。

**（二）目标人群**

1、国内旅游市场。（1）核心市场：重庆主城及梁平周边区县；（2）基本市场：成都城市圈及梁平毗邻之四川市场。以宜昌为中心的鄂西市场。（3）机会市场：重庆外围省区和以北京、上海、广东、港澳台等市场。

2、国际旅游市场。（1）核心市场：以新加坡、日本、韩国为主的东亚文化圈市场。（2）基本市场：以欧美国家为主，依托长江三峡旅游和重庆都市旅游的过境市场。（3）机会市场：以节事活动、宗教活动等吸引外地游客。

**（三）传播原则**

1、创意策划与景区亮点结合。根据市场变化，对景区资源亮点进行梳理排列，通过创意策划，找到传播的市场兴奋点，确保宣传推广的轰动性、时效性、持续性。

2、品牌塑造与新闻制造结合。把梁平的品牌提升，作为整个宣传推广的灵魂，注意淡化景区宣传的商业化色彩，对决定传播的内容重点，尽可能多地做出新闻化的组织安排，以新闻形式由媒体报道，将景区宣传变成能够引起受众高度关注的新闻宣传。

3、公关活动与大众传播结合。根据梁平旅游的发展战略、资源特点与旅游市场变化，策划宣传活动，引发市场关注，并按照“小活动、大传播”的原则，实行高密度、立体化、多层面的媒体传播。

4、硬广投入与软文宣传结合。逐渐减少硬广告的投入，优化硬广告的结构，集中突出景区形象的广告宣传。对于决定的宣传内容，尽可能多地选择文章形式传播。

5、传统媒体与数字媒体结合。在优化提升电视、报刊、户外、广播四大传统媒体基础上，把重点放在新兴媒体上，实现传播媒体的最佳组合互动。

6、国内传播与海外传播结合。在做好国内传播的同时，依次做好港澳台、日韩新、欧美等国际市场的宣传。在传播内容、传播角度、媒体工具、表现手法上，充分考虑这些市场受众的信息获取习惯和媒体审美心理，从而做到有的放矢。

**（四）媒体组合**

**1、电视媒体**。发挥电视在形象宣传和品牌塑造上不可比拟的优势，重点做好形象品牌的宣传推广和大幅提升。央视、重视广告与专题节目。目标客户地区电视广告。

**2、广告媒体。**派发宣传资料；交通广播形象宣传；电视景区广告；报刊杂志广告；户外广告；机场广告；车站广告；网络广告；手机广告等。

**3、平面媒体。**重庆日报集团旗下媒体、全国党报联盟之主流媒体、中央驻渝媒体协会之主流成员。

**4、网络媒体。**各级门户网站、重要客源地门户网站、专业旅游网站、旅游渠道网站等。网络排名与曝光。微博、微信、微电影。电子杂志、手机报。

5**、媒体联姻**。本地媒体“联姻”、跨城市媒体“联姻”。

**十、保障体系**

梁平旅游要实现跨越式发展，必须建立超常规的保障体系。

**1、解放思想，凝聚共识。**旅游是创意型产业，没有思想解放，没有共识凝聚，没有思维创新，梁平旅游不可能快速崛起。建议对梁平旅游存在的问题进行解剖，对制约梁平旅游的原因进行反思，对外地旅游发展的成功经验进行梳理，着重解决梁平旅游能否干好、如何干好的问题，全县上下形成加快旅游发展的共识，最终总结提炼出几条能够有效支撑梁平旅游快速崛起的指导思想、工作原则和特殊办法。

**2、建立机制，形成合力。**为强化对全县旅游产业的统一领导，及时解决旅游产业发展中的重大问题，建议完善县旅游经济领导小组，由县政府主要领导任组长，分管领导为副组长，相关部门主要负责人为成员。下设办公室具体负责日常事务的管理，办公室设在县旅游，由旅游局长任办公室主任。鉴于文化与旅游深度融合的大趋势，借鉴重庆其他区县经验，建议将旅游与文化、宗教划归同一领导分管为宜，便于统一协调，形成合力，快速推进。

**3、创新模式，组建园区。**为强化实施“政府主导、市场运作”的旅游投资策略，建议迅速成立已经提出的旅游园区。旅游园区，是梁平旅游跨越式发展的超常规手段之一，是梁平旅游进行市场运作的主体。其运行方法，是借鉴工业园区的模式，把整个梁平旅游纳入园区管理，在土地资源整理盘活、融资机制业已建立基础上，统一负责资金运筹、规划设计、基础设施、氛围营造、招商引资、宣传营销和筛选旅游主题吸引物、构建创意旅游产品、创新游憩化体验方式、完善产业要素体系、培育延伸产业链、强化节事活动策略等工作。建议与旅游园区配套成立梁平旅业开发公司，作为政府投资行为的业主单位，提高市场化运作的灵活性和有效性。

**4、优化政策，灵活运作。**凡旅游快速崛起的地方，无不具有政策灵活的共同经验。建议组织对苏马荡、仙女山、黄水、长寿湖等景区进行专项考察，解剖这些地方旅游产业特别是旅游地产快速发展背后的政策密码。为确保梁平旅游快速崛起，强烈建议在土地使用、规划设计、财税扶持、市场准入等方面大胆放宽放活，真正建立起一套优惠政策体系，确保能够激发开发商的投资兴趣、确保能够实现开发商的赚钱意图，从而建立起开发商发财、地方发展的双赢格局。

**5、强化基础，完善配套。**加快以旅游公路、码头游船、水电气通信为重点的基础设施建设，解决梁平旅游发展的硬件瓶颈。按照旅游六大要素的要求，努力延长旅游产业链，提升梁平旅游的综合实力。

打破旅游基础设施和配套建设完全由政府投资的旧框框，充分发挥市场机制，利用优惠政策引进外部资金，参与旅游基础设施和配套设施建设，从根本上提升梁平旅游的硬环境。

**6、引进人才，提升管理。**依托旅游园区和旅业公司，吸引一批资本运作、项目策划、宣传公关、市场营销、旅游管理等方面的专业人才，对梁平旅游进行全行业培训、全行业提升。建议引进一家景区管理公司，对双桂堂、百里竹海两大主要景区，进行委托管理，从中学习借鉴管理经验，逐渐培养自有管理人才队伍，确保梁平旅游服务与管理水平的持续提高。

**综 述**

本方案的着眼点，是梁平旅游如何在短期内实现跨越式发展。

重庆五大功能区划分，把梁平划入“生态涵养发展区”，给梁平旅游发展提供了重大历史契机。对于梁平来讲，旅游产业无疑是以生态为基底、以涵养为手段、以发展为目标的最佳产业。

从梁平的区位条件、交通状况、市场环境、产业基础、政策支撑等内外环境分析，均对旅游发展形成支持态势。从梁平的自然资源、人文景观、特色文化、地方特产等旅游资源研判，完全具备做大做强旅游产业的资源支撑。梁平的内外环境与综合资源，决定旅游发展的目标应当调高；近在咫尺的长江三峡，具有巨大吸引力，要求梁平旅游发展的目标必须定高，否则，梁平只不过是长江三峡旅游浩浩客流擦肩而过的通道，旅游产业难成大气候。

基于此，本方案提出了梁平旅游创建长江三峡国际黄金旅游带重点节点、西部观光旅游与禅修度假目的地、“双桂堂—百里竹海”国家5A级旅游景区三大目标，并从全国旅游大格局角度，提出了“百里竹海·中国禅城”的梁平旅游形象定位。

尽管，梁平旅游资源十分丰富，发展路径有多个选项，但本方案经过反复比较，权衡利弊，锁定双桂禅风、百里竹海、乡村旅游三大项目，是梁平旅游的重点支柱；氛围营造、投资策略、整合营销三大任务，是梁平旅游的工作重心；解放思想，创新思维，组建园区，灵活运作，是梁平旅游发展的主要保障措施。

梁平旅游发展能否获得成功，一个最为现实的问题是巨量投资从何而来。在大量借鉴成功案例基础上，本方案提出了“政府主导，市场运作，以景招商，以地聚财”的投资策略，并就如何实施这一投资策略的运作路径和办法，提出了六条具体建议。

梁平旅游的跨越式发展，是一个很大的系统工程，到底应该如何启动？本方案建议，景区开发与旅游地产互动，是梁平旅游实现跨越式发展的可选模式。

推行这一模式，具体的突破口有二：一是双桂堂景区开发与禅修度假地产。随着人们对精神生活的重视，心灵解放与身心愉悦，正在成为人们越来越强烈的追求。作为西南禅宗祖庭，双桂堂的吸引力正在与日俱增。禅修度假，正在成为一种修行与休养结合的高端度假方式。只要设计科学、运作得当，禅修度假地产很可能成为一种新兴的地产品种而饱受市场欢迎。二是百里竹海避暑地产。虽然，本方案早已注意到百里竹海的避暑地产，极有可能是梁平旅游的引爆点之一，但由于建设用地海拔高度多在800米左右，易于让开发商和购房者有清凉不够的疑虑。本方案经过征引科学数据得出结论：百里竹海避暑地产之适宜地块，气温与仙女山镇几乎相同；且全年放氧量比黄水、苏马荡的乔木植物高出35％。简而言之，百里竹海发展避暑地产的植被、气温、空气等自然条件，与仙女山、黄水、苏马荡等地相比，具有独特优势。

最后特别建议，实现梁平旅游跨越式发展，应当遵循本方案提出的投资策略，从双桂堂宗教观光、禅修度假和百里竹海避暑地产入手破题，最终打开局面，激活全盘。

双桂堂、百里竹海，是梁平旅游的两个轮子。当这两个轮子快速转动之时，梁平旅游必将实现精彩一跳！