瑞应寺旅游业发展总体规划

委托单位：辽宁省旅游局

编制单位：辽宁大学旅游规划中心

合作单位：沈阳建筑大学

编制日期：2009 年 6 月

《瑞应寺旅游业发展总体规划》编制工作

领导小组成员名单

组　长　　申景广　辽宁省旅游局副局长

成　员　　曲壮志　辽宁省旅游局副局长

胡忠雄　辽宁省旅游局副局长

王　维　辽宁省旅游局纪检组长

应中元　辽宁省旅游局副局长

文子宪　辽宁省旅游局副巡视员

王凤德　辽宁省旅游局副巡视员

郑玉亭　辽宁省旅游局办公室主任

王明繁　辽宁省旅游局政策法规处处长

吴兴坤　辽宁省旅游局规划发展处处长

王　俊　辽宁省旅游局规划办公室副主任

莫俊山　辽宁省旅游局规划办公室调研员

王培荣　辽宁省旅游局监督管理处处长

金建平　辽宁省旅游局旅游宣传处处长

于明源　辽宁省旅游局国际联络处处长

王金玲　辽宁省旅游局人事处处长

谢宇立　辽宁省旅游局监察室主任

王利印　辽宁省旅游局信息中心主任

李雪鹏　辽宁省旅游教育中心副主任

李晓东　辽宁省旅游质量监督管理所所长

王　义　辽宁省旅游协会秘书长

陈　琦　阜新市旅游局局长

规划办公室

主　任：文子宪（兼）

副主任：王　俊

调研员：莫俊山

《瑞应寺旅游业发展总体规划》
编制工作组成员名单

组　　长　于锦华　辽宁大学旅游规划中心主任　教授

副 组 长　邵剑兵　辽宁大学新华国际商学院副院长　教授

白　涛　沈阳建筑大学 国家一级注册规划师

主要成员　肖　升　辽宁大学实验中心副主任　教授

郭　舒　辽宁大学亚澳商学院副院长 副教授

王　菲　辽宁行政学院商贸系主任　副教授

曹　颖　辽宁大学商学院旅游系　讲师

王海弘　辽宁大学商学院旅游系　讲师

吴庆功　辽宁大学商学院旅游系　讲师

刘　波　辽宁大学商学院旅游系　讲师

李海鹏　辽宁大学商学院　博士研究生

刘　杨　辽宁大学商学院　博士研究生

董　莹　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

时静亚　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

尚　维　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

周　爽　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

谭芳丽　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

李紫娟　辽宁大学商学院　旅游管理硕士研究生

特邀专家　刘继业　辽宁省佛教协会副会长

高　枫　中国文物学会传统建筑园林委员会委员

赵子祥 辽宁省策划学会会长　研究员

高凯征 辽宁大学文化传播学院　教授

黄继忠 辽宁大学民俗研究中心主任　教授

杨　太 辽宁大学经济学院党委书记　教授

目 录

第一章　旅游发展规划总则 - 1 -

一、规划背景与规划指导思想 - 1 -

（一）佛寺镇旅游规划背景 - 1 -

（二）规划指导思想 - 1 -

二、规划范围与规划期限 - 2 -

（一）规划范围 - 2 -

（二）规划期限 - 2 -

三、规划性质与规划任务 - 3 -

四、规划的主要依据和基本原则 - 3 -

（一）规划依据 - 3 -

（二）规划原则 - 3 -

第二章　旅游发展环境条件分析 - 6 -

一、基础条件 - 6 -

（一）自然环境分析 - 6 -

（二）历史与人文环境分析 - 6 -

二、地理位置与区位条件分析 - 7 -

（一）区位条件 - 7 -

（二）交通条件 - 7 -

三、旅游规划与开发现状 - 9 -

四、旅游发展优势与制约因素 - 9 -

（一）旅游发展优势 - 9 -

（二）制约因素 - 10 -

五、旅游发展 SWOT 分析 - 10 -

（一）优势 - 10 -

（二）劣势 - 11 -

（三）机会 - 12 -

（四）威胁 - 12 -

第三章　旅游区资源分析与评价 - 13 -

一、旅游资源基本现状 - 13 -

（一）宗教文化资源 - 13 -

（二）民俗文化资源 - 14 -

（三）自然生态及观光休闲资源 - 14 -

（四）周边品牌旅游资源 - 15 -

二、旅游资源评价 - 16 -
（一）整合旅游资源分类 - 16 -
（二）佛寺镇旅游资源等级分析 - 20 -
三、旅游资源比较分析 - 20 -
（一）与周边佛教文化资源比较分析 - 20 -
（二）与周边民俗文化资源比较 - 21 -
四、旅游资源综合评价 - 21 -
（一）佛教资源独特——东北唯一 - 21 -
（二）文化底蕴深厚——深化内涵 - 21 -
（三）资源类型丰富——协调开发 - 22 -
五、旅游资源开发分析 - 22 -
第四章　旅游发展目标与战略 - 23 -
一、战略指导思想与原则 - 23 -
（一）指导思想 - 23 -
（二）布局原则 - 23 -
二、旅游发展的战略定位与战略目标 - 23 -
（一）战略定位 - 23 -
（二）战略目标 - 24 -
三、旅游发展战略模式 - 25 -
（一）民俗体验牵引、宗教文化带动战略 - 25 -
（二）品牌塑造、持续开发战略 - 25 -
（三）产业整合、优化服务战略 - 26 -
（四）整合资源、强强联合战略 - 26 -
（五）打造旅游产业聚集区，全面实施集群发展战略 - 26 -
四、战略实施 - 26 -
（一）导入 CIS 形象识别系统 - 26 -
（二）功能分区 - 27 -
（三）组织实施 - 27 -
第五章　旅游客源市场分析与预测 - 28 -
一、旅游市场现状分析 - 28 -
（一）客源市场现状 - 28 -
（二）旅游市场结构分析 - 28 -
（三）旅游市场开拓存在问题 - 28 -
二、旅游空间竞争分析 - 29 -
（一）主要竞争对手概况 - 29 -
（二）竞争格局分析 - 31 -
三、旅游客源市场定位及预测 - 31 -
（一）旅游客源市场定位 - 31 -

（二）旅游容量估算与规模控制 - 32 -

第六章 功能分区规划 - 33 -

一、瑞应寺旅游区 - 34 -
（一）瑞应寺景区旅游开发的基础条件 - 34 -
（二）瑞应寺景区旅游开发设计规划 - 34 -
（三）瑞应寺景区旅游空间与功能设计 - 34 -

二、东梁温泉休闲区 - 38 -
（一）温泉概况 - 38 -
（二）规划内容 - 39 -

三、观光休闲农业区 - 39 -
（一）主入口大门 - 39 -
（二）农林采摘区 - 40 -
（三）农庄花园区 - 40 -
（四）农户住宿区 - 40 -

四、草原民俗区 - 41 -
（一）旅游进入区 - 41 -
（二）“敖包”区 - 41 -
（三）草原体验活动区 - 42 -
（四）蒙古包住宿区 - 42 -
（五）蒙古特色美食区 - 42 -
（六）“乌力格尔草原”纪念品区 - 42 -

五、旅游服务区 - 43 -
（一）游客服务中心 - 43 -
（二）停车场 - 43 -

第七章 旅游发展重点建设项目 - 44 -

一、瑞应寺旅游项目 - 44 -
（一）瑞应寺原貌复原项目 - 44 -
（二）文化体验产品项目 - 45 -
（三）文化教育培训项目 - 46 -
（四）广场休闲区建设项目 - 46 -

二、草原旅游风情区项目 - 46 -
（一）祭敖包项目 - 46 -
（二）草原体验活动项目 - 47 -
（三）蒙古包住宿完善项目 - 47 -
（四）蒙古族特色美食区建设项目 - 47 -
（五）“乌力格尔草原”纪念品区项目 - 47 -

三、生态农业观光休闲项目 - 48 -
（一）特色采摘区项目 - 48 -
（二）农户住宿区建设项目 - 48 -

四、旅游服务区项目 - 48 -
（一）游客服务中心建设项目 - 48 -
（二）停车场整修项目 - 49 -
（三）自驾车营地项目 - 49 -

第八章 旅游服务设施规划 - 50 -

一、旅游接待设施规划 - 50 -
（一）住宿设施建设规划 - 50 -
（二）餐饮服务设施规划 - 51 -

二、旅游交通配套服务 - 52 -
（一）规划目标 - 52 -
（二）规划项目 - 52 -

三、购物旅游项目规划 - 53 -
（一）规划目标 - 53 -
（二）规划项目 - 53 -

四、文娱服务设施建设 - 53 -
（一）规划目标 - 53 -
（二）规划项目 - 53 -

第九章 旅游项目开发战略 - 55 -

一、项目开发整合战略 - 55 -
（一）营销观念整合模式 - 55 -
（二）项目总体形象定位 - 57 -
（三）目标市场属性定位 - 57 -
（四）市场营销战略组合 - 58 -

二、旅游项目体系策划 - 59 -
（一）空间布局总体开发战略 - 59 -
（二）客源市场导向的项目开发策略 - 61 -
（三）旅游主题导向的项目开发策略 - 62 -

第十章 旅游商品开发规划 - 65 -

一、旅游商品开发资源 - 65 -
（一）佛寺镇旅游商品资源条件 - 65 -
（二）佛寺镇旅游商品开发体系 - 65 -

二、旅游商品开发策略 - 67 -
（一）政府政策扶持 - 67 -
（二）多渠道融资支撑 - 68 -
（三）个性化产品体系 - 68 -
（四）创新市场营销机制 - 68 -

第十一章 旅游营销策划 - 70 -

一、佛寺镇旅游营销现状 - 70 -

（一）旅游形象现状 - 70 -
（二）市场宣传现状 - 71 -
（三）产品开发现状 - 71 -
（四）营销渠道现状 - 72 -
二、佛寺镇旅游营销策划 - 72 -
（一）旅游营销策划的总体思路 - 72 -
（二）旅游营销策划内容 - 73 -
第十二章　旅游资源和环境保护规划 - 77 -
一、环境容量估算与控制 - 77 -
（一）城镇环境控制 - 77 -
（二）景区容量控制 - 77 -
二、旅游资源保护 - 78 -
（一）分区保护 - 78 -
（二）分类保护 - 79 -
三、环境保护目标 - 80 -
（一）兼顾保护和开发 - 80 -
（二）加强绿化 - 80 -
（三）加大污染处理工作 - 80 -
（四）保护传统文化 - 80 -
（五）打造绿色旅游区 - 81 -
四、环境卫生规划 - 81 -
（一）加强医疗条件建设 - 81 -
（二）强化公共卫生 - 81 -
（三）加强动物检疫工作 - 81 -
第十三章 投资估算与效益分析 - 82 -
一、投资及收益估算 - 82 -
二、社会效应 - 83 -
（一）示范效应 - 84 -
（二）社会分层与社会化 - 84 -
（三）文化复兴 - 85 -
第十四章 保障措施 - 86 -
一、强化政府主导机制 优化旅游开发管理机制 - 86 -
（一）构建政府主导机制平台 - 86 -
（二）强化政策支持　深化技术变革 - 88 -
（三）强化规划和标准建设 - 89 -
二、加大资金投入　保护和利用好佛教文化资源 - 89 -
（一）加大政府引导性投入 - 90 -
（二）建立市场化投融资平台 - 90 -
（三）广泛吸纳社会资金投资 - 90 -

（四）加大旅游招商引资力度 - 90 -
三、加强多方合作　实施人才战略 - 91 -
（一）人力资源开发战略 - 91 -
（二）人力资源开发措施 - 92 -
（三）区域合作，共同发展 - 92 -
（四）行业合作，内部协调 - 93 -
（五）产业合作，提升效益 - 93 -
四、突出多种功能　拓宽“十二五”发展新思路 - 93 -
（一）强化功能　把握未来机遇 - 93 -
（二）培育要素市场建设　全面提升发展质量 - 94 -
五、重视环境保护　促进旅游经济可持续发展 - 94 -

第一章　旅游发展规划总则

一、规划背景与规划指导思想

（一）佛寺镇旅游规划背景

根据党中央提出的科学发展观和构建和谐社会的总体要求，为了深入贯彻落实《国务院关于加快发展旅游业的意见》，加速推进区域旅游产业科学有序发展，遵照阜新市党委、政府的旅游开发战略决策，采取一切有效措施引资开发旅游产业的指导方针，依据《阜新市城市总体规划》;《阜蒙县城市总体规划》的发展要求和总体部署，以佛教文化为龙头，充分整合和利用现有旅游资源，科学合理地布局和配置旅游生产力要素，发挥旅游业的经济拉动效应、环境优化效应、品牌提升效应和政治集聚效应，加快佛寺镇的旅游业发展。在此背景下，编制一个能够指导佛寺镇旅游发展的总体规划。

（二）规划指导思想

以科学发展观、党的十七大和十七届四中全会及阜新市委十届七次全会精神为指导，积极贯彻省委、省政府关于“突破阜新”的战略部署，紧紧围绕推进转型振兴和构建和谐阜新两大主题的总体目标，树立和坚持科学发展观，深入实施争创中国优秀旅游城市、瑞应寺5A级风景名胜区为战略部署，按照“发展大旅游，开拓大市场，形成大产业”的要求，把转变增长方式与优化产业结构紧密结合起来，依据“以人为本”、“最优体验”和“生态化”理念，从规划入手，以佛教圣地为契机，以市场为导向，以产品为核心，以文化为灵魂，制订一个具有浓郁东藏文化特色、草原文化情调和乡土文化风格的旅游发展战略，努力增强瑞应寺作为特色旅游名胜景点对佛寺镇经济的拉动作用，实现佛寺镇旅游业的快速、健康、可持续发展。

二、规划范围与规划期限

（一）规划范围

镇域总面积11900公顷。本次瑞应寺的规划范围包括瑞应寺主景区及佛寺镇内、草原、温泉及民俗等旅游资源，形成以瑞应寺佛教文化为主体，集蒙古风情，休闲农庄为一体的旅游产业集群体系。

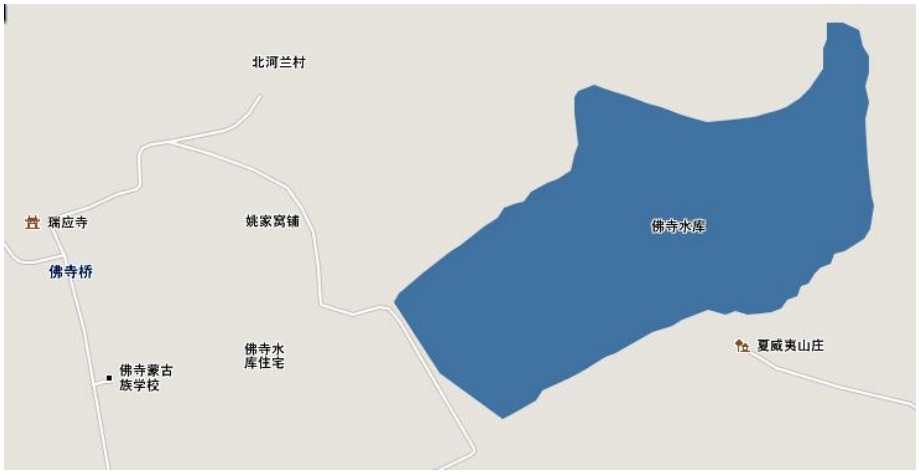

图 1-1 规划范围

（二）规划期限

本次规划为 10 年期规划文本。预计到 2020 年，形成完善的瑞应寺风景区和合理的佛寺镇旅游产业布局。

表 1-1 规划时间安排表

年限	规划目标
2010－2011	完成规划等前期准备工作
2012－2015	初步建成农家乐，草原等集群旅游项目
2016－2020	复原瑞应寺全貌，综合完善总体旅游景区

三、规划性质与规划任务

本规划属于瑞应寺以旅游特色营造以及旅游产品打造为主的战略性规划。为此，将通过旅游发展布局、产业集群联动、旅游聚集区创建、大项目开发、与社会主义新农村建设结合等多种手段，全面整合、盘活和优化瑞应寺各种显性和隐性旅游资源，激活各种旅游生产要素，提高佛寺镇的综合竞争力，最大程度推动瑞应寺旅游与区域经济整体发展。

四、规划的主要依据和基本原则

（一）规划依据

《中华人民共和国环境保护法》，1998 年；
《中华人民共和国城市规划法》，全国人大，1990 年；
《中华人民共和国文物保护法》，全国人大，2002 年；
《中华人民共和国文物保护实施细则》；
国务院《风景名胜区条例》，2006 年；
建设部、国家文物局《历史文化名城保护编制办法》；
国务院《宗教事务条例》，2004 年；
《辽宁省宗教事务管理条例》地方法规(1998)；
《旅游规划通则》（GB/T18971—2003）；
《旅游资源分类、调查与评价》，（GB/T18972—2003）；
《旅游发展规划管理办法》，2000 年；
辽宁省《文物保护管理条例》；
《阜新市城市总体规划》；
《阜蒙县城市总体规划》。

（二）规划原则

本次规划，以创建国家 AAAA 级风景区为目标，以东藏佛教旅游资源为基础，以瑞应寺宗教朝圣为龙头，以农村休闲为主导，以人文资源和自然资源所赋存的

文化为内涵，以宗教朝圣、自然观光休闲、休闲度假为主题内容和活动重点，以阜蒙，阜新，沈阳旅游市场为依托，面向辽宁，内蒙，北京等旅游市场，把佛寺镇风景区建设成为辽宁著名的、集宗教朝圣、休闲度假、观光休闲娱乐为一体的，具有鲜明个性的宗教、生态旅游度假区，成为东北三角旅游精品的重要组成部分。

1、以资源为基础，以市场为导向，资源与市场相结合原则

瑞应寺风景区旅游开发应以资源为基础，以资源为依托，充分开发和利用旅游资源。同时，还应以市场需求为导向，分析市场竞争，在依托资源的基础上开发出符合旅游者需求的旅游产品。只有这样，才能将资源优势转化为产品优势，进而转化为经济优势。瑞应寺风景区的资源优势就是灿烂的东藏佛教文化，特色明显，应结合市场需求进行深层综合开发，形成佛教世俗相结合、朝拜与观光休闲相结合的旅游产品。

2、以人文理念为主导，追求特色，人文资源与自然资源相结合原则

瑞应寺风景区以建于清代的瑞应寺和秀丽的农村生态自然景观为特色，同时还傍有省内第二大的佛寺水库。山、寺、水相映成趣，具有一种自然野趣和古拙的原始美。因此，旅游开发应在保持自然美的基础上，适度增加与自然景观及原有寺庙建筑相协调的人工构景，并借助佛教文化的资源进行旅游产品的深度开发。功能区项目设置应以人文景观为主，也尽量保持植被原貌；而瑞应寺作为宗教朝觐场所，应形成草原寺庙一体，以佛为主的格调。

3、保护与开发兼顾的可操作性原则

瑞应寺风景区的资源主体是古老的寺庙和山区风光。由于历史原因，在过去的一段岁月中，瑞应寺遭到过沉重的毁灭。鉴古知今，我们更应该保护好现有的历史建筑物。因此，规划应坚持以保护为主，在不破坏自然生态环境和原有古老寺庙建筑的前提下，适度开发，以资源的保护促进旅游业的可持续发展，以旅游业的适度发展促进资源的保护，形成开发与保护相结合的良性循环。同时，应把规划纳入当地社会和经济发展计划中，从功能分区、项目设置到开发时序的安排，经过仔细勘探和反复论证，力求达到最大程度的可操作性。

4、着眼现实，立足长远，短期效益与长远效益相结合原则

旅游业作为一个产业部门，是以获得最大经济效益为原则的。因此，既要着眼当前现实，开发投资少、见效快的旅游项目，同时又要立足长远，注意旅游业

发展的长远利益，以实现瑞应寺风景区经济、社会、生态环境等各方面的长远利益和协调发展。

第二章　旅游发展环境条件分析

一、基础条件

（一）自然环境分析

1、气候水文

佛寺镇属大陆性气候，年平均气温 6.5℃－7.5℃ 之间，年平均降水在 420－540 毫米之间。四季分明、雨热同季、光照充足、风多雨少。佛寺镇自然环境较好，镇政府驻地佛寺村，位于全镇的中心。境内有省大二型水库——佛寺水库。占地面积 1 万亩，蓄水量为 1 亿立方米。佛寺中学“双眼井”水源经国家地矿部门检测认定属国家二级矿泉水，偏硅酸、锡等微量元素含量均超过国家标准，现今“瑞露”矿泉水已投放市场。

2、自然资源

镇域土地资源富庶，全镇总面积 11900 公顷，耕地面积 2699 公顷，有林地面积 2.6 万亩，同时也蕴含丰富的矿产资源及能源资源等。

有著名的旅游资源—佛寺，又名瑞应寺，蒙古族人称瑞应寺为“葛根苏木”汉语译称“佛爷喇嘛寺”简称佛寺。境内交通四通八达，以东牛线为主干线的镇级公路共计 4 条，总长 40 公里，其中以疏港公路——佛寺民族振兴路共计 13.5 公里为柏油路面。闻名遐迩的瑞应寺始建于清康熙八年，具有三百多年的历史，是内蒙及东北地区藏传佛教文化的中心。1999 年被阜新市人民政府、阜新市旅游局评为阜新八大旅游景区之一。

（二）历史与人文环境分析

佛寺镇辖 13 个行政村，2 8 个自然屯，总人口为 12879 人，是少数民族聚居以农业为主的乡镇。是少数民族蒙古族人的聚居地，是“乌力格尔”的故乡（译为故事）。

佛寺镇是蒙医药的发祥地，也是蒙古贞民族文化的保留地，还是安岱舞、经箱乐、蒙古剧的发源地，建筑艺术、美术绘画、雕塑艺术颇负盛名。可供欣赏的

民俗、民风、民族文化丰富多彩，底蕴深厚。

教育、卫生等各项社会事业全面发展，教育质量逐年提高，中小学教育合格率全部达到上级要求，尤其是牛心小学基础教育扎实，向上一级学校输送了大批优秀学苗，2002、2003 年连续两年有 2 名学子以优异的成绩考入清华大学，因而这个村誉为“状元村”。

医疗卫生条件逐年改善、村村建有甲级标准化卫生室，村民健康保健意识不断增强。

镇内百分之八十五都是蒙古人，蒙古人以其特有的豪爽展示了其丰富多彩的民俗文化，如饮食文化“喇嘛炖肉”、“蒙古馅饼”、“手扒羊肉”等独特民族美食。蒙古族是能歌善舞的民族，安岱舞、蒙古剧团在各行政村巡回演出，每逢佳节还会有专场演出。

二、地理位置与区位条件分析

（一）区位条件

佛寺镇位于阜新蒙古族自治县西南部，距阜新市区 20公里，属辽西丘陵地区，南与伊吗图镇为邻，北与王府镇接壤，东与东梁镇交界，西同蜘蛛山、七家子两乡相连。佛寺镇是集自然风光、宗教文化、民俗民风为一体的旅游圣地，以其距市区20公里，距疏港公路13公里，距锦阜线公路10公里的区位优势，极具社会政治、经济、文化、旅游开发价值。

（二）交通条件

阜蒙县交通、通讯畅达，城市基础设施日臻完善。铁路、公路交通较为方便。新义线、大郑线横贯阜蒙县境内，南接大连港，东接沈阳市，西接河北省，北接内蒙古。有直达北京、上海、天津、承德、沈阳、大连、丹东、锦州、朝阳、通辽的直快列车。公路建设飞速发展。沈阜公路直通辽宁省会沈阳，东行 170 公里可到达沈阳桃仙机场，东南行 5 个多小时可到达大连港，西行 140 公里可到达锦州港。

图 2-1 阜蒙县交通图

1、铁路：多条铁路干线汇聚阜新，使得这里的铁路交通尤为方便，有始发沈阳、北京、大连、锦州、上海等地的列车，同时每日也有许多车次途经阜新。

2、公路：阜新市每日有发往省内沈阳、大连、锦州、抚顺等城市的长途班次，同时也有发往北京等省外城市的长途汽车。佛寺镇境内交通系统趋于完善，以东牛线为主干线的镇级公路共计 4 条，总长 40 公里，其中以疏港公路——佛寺民族振兴路共计 13.5 公里为柏油路面。

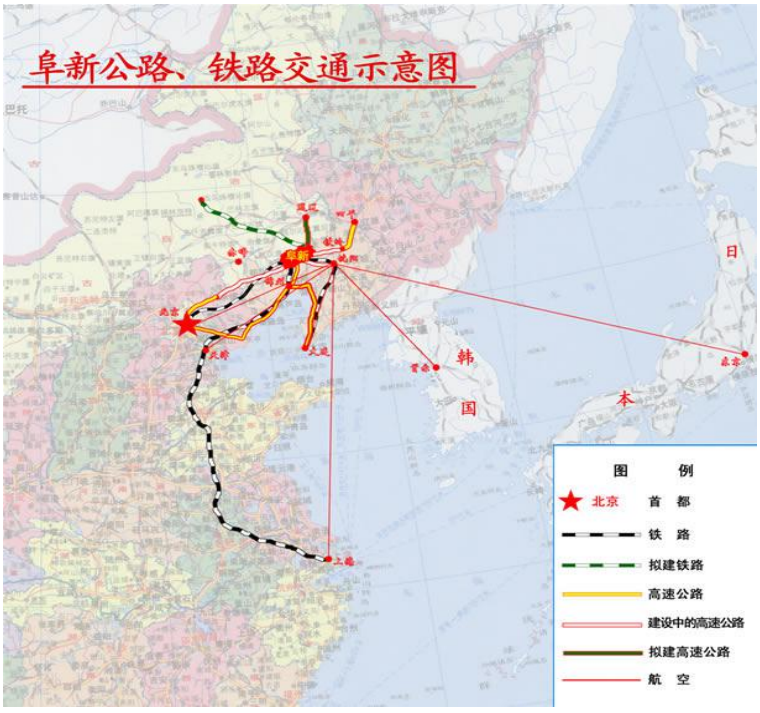

图 2-2 阜新公路、铁路交通示意图

三、旅游规划与开发现状

目前佛寺镇有《阜新市城市总体规划》、《阜蒙县城市总体规划》作为其旅游规划依据。而佛寺镇旅游的开发还处在初级阶段，阜蒙县佛寺镇境内拥有远近闻名的瑞应寺被誉为“藏传佛教东方文化传播中心”。东梁地区地热水水温达71℃，经检测为硅水、硼水和锂矿水、矿化程度高，具有医疗保健等多种价值。同时由于地热井靠近佛寺水库及瑞应寺，拟利用宗教旅游资源，将旅游休闲与地热资源开发利用有机结合。项目规划用地5平方公里，主要建设：宗教文化游项目、民俗文化游项目、温泉旅游项目、生态农业观光休闲游项目。

四、旅游发展优势与制约因素

（一）旅游发展优势

1、拥有特色旅游资源

佛寺镇拥有较好的旅游开发资源。境内瑞应寺始建于1669年，是清朝八大国庙之一，经过多年的长期修建，形成了气势磅礴的寺庙建筑群，同青海塔尔寺、甘肃拉布楞寺合为西藏以外的三大寺院，并以其深邃的文化底蕴和宏伟的建筑规模，成为我国内蒙古与东北地区的藏传佛教、医学、文化的中心，1997年第七世活佛坐床以来，瑞应寺佛事活动日趋增多，每年都有数十万善男信女和游人来佛寺朝拜或观光休闲，是阜新市八大景点之一，素有“东藏”之称，文明遐迩，2000年被评为国家级AAA景区。

佛寺水库始建于20世纪70年代，是阜新地区最大的蓄水工程 ，集水面积可达600平方公里，总库容近一亿五千立方米，横贯两山间的水库大坝，犹如巨蟒横卧，长达720延长米。还有输水洞、塔楼、闸门闭机室等建筑，与烟波浩渺的库区构成新的景点，衬以休闲娱乐的避暑山庄、民族度假村，是人们流连忘返的风景区。

瑞应寺风景名胜区被列为阜新市八大景区之一，探明有水温达74℃的地热资源，还有丰富的国家二级矿泉水，利用此水制酒的三沟酒业的三沟酒业有限责任公司已进驻该镇。

2、民俗文化丰富

佛寺镇镇是蒙医药的发祥地，也是蒙古贞民族文化的保留地，还是安岱舞、蒙古剧的发源地，建筑艺术、美术绘画、雕塑艺术颇负盛名。可供欣赏的民俗、民风、民族文化丰富多彩，底蕴深厚。

（二）制约因素

1、竞争者多，在辽西周边有众多佛教文化资源与佛寺镇的首要旅游资源——瑞应寺竞争，辽宁省内及周边主要客源市场来佛寺镇旅游休闲意识和消费动机不够强。

2、人才稀缺，佛寺镇旅游资源处于起步阶段，无论基础设施、条件，还是旅游人才储备都相对薄弱。

3、资金不足，需加大引资力度以为旅游业发展注入动力。

五、旅游发展 SWOT 分析

（一）优势

1、佛教旅游资源特色明显

瑞应寺是东蒙地区最大的藏传佛教中心，寺名为清康熙皇帝亲笔题匾。具有三百多年的历史。

1999 年被阜新市人民政府、阜新市旅游局评为阜新八大旅游景区之一。佛教文化旅游一直是各类旅游活动类型中吸引力最强、特色最鲜明的旅游亮点项目。阜蒙县独具特色的藏传佛教文化深受周边城市旅行商和旅游者的青睐，拥有比较稳定的市场群。

2、纯正的蒙古族风情

佛寺镇是少数民族蒙古族人的聚居地，蒙古族占该镇人口百分之八十五以上，当地蒙古族同胞还保持着生活在原始的草原上的蒙古族人原有的风俗习惯。这对于生活在城市化蔓延，汉族人口聚居下的当地居民来说，是对民族文化的传承与弘扬。也可以作为生活在附近的非蒙古族同胞就近领略和体验丰富纯正蒙古族风情的旅游圣地。

3、有丰富的民族风俗和美食

阜蒙县史称“蒙古贞”。蒙古族民众笃信喇嘛教，在日常生活中，无论婚丧嫁娶、生老病死、盖房架屋都要做佛事活动，逐步形成了民俗文化。如饮食文化中的“喇嘛炖肉”、“蒙古馅饼”、“手扒羊肉”“喇嘛羔”，服饰文化习俗有蒙古男袍、女绣袍、马甲等；寺院经典舞蹈有查玛舞；还有蒙古族的歌会、好来宝、“祭敖包”、“那达慕”盛会等。民间工艺习俗有绘画、剪纸、风筝。文体游艺习俗有“跑黄河”、驴皮影、大秧歌等。

阜新市瑞应寺是东藏发源地，瑞应寺拥有全国唯一的菜“喇嘛炖肉”，全国只有阜新市独有。人称“西藏有青稞酥油、东藏有喇嘛炖肉”

4、自然环境较好

瑞应寺的境内有省大二型水库——佛寺水库。占地面积 1 万亩，蓄水量为 1 亿立方米。水库周围环绕着青山绿树。这里的人民因信仰佛教，有良好的环保意识，很少发生砍树毁林，捕杀野生动物的情况。

5、县内交通状况较好，道路等级和路网布局比较理想，各主要景点的可进入性较好；

6、主要客源市场，特别是以东北为代表的蒙辽地区居民对本地丰富的佛教生态旅游资源需求强烈；

7、居民的可支配收入水平不断提高，对旅游产品的需求日趋旺盛，特别是对本地供给的短途休闲旅游产品的需求最为强烈。

（二）劣势

1、辽宁省内及周边主要客源市场对于来佛寺镇休闲意识和消费动机不够强；

2、虽然阜新市、阜蒙县交通条件较好，但对于开展有影响的旅游开发，交通网络布局及各景区的进入性仍需改善；

3、佛教镇的旅游资源处于起步阶段，无论基础设施、条件，还是旅游人才储备都相对薄弱；

4、佛寺镇地方经济发展速度与经济发达地区相比有一定的差距，旅游接待基础设施和条件受限，旅游开发环境有待提高。

（三）机会

1、目前旅游市场上备受欢迎的休闲游产品和社会主义新农村建设相辅相成，契合度很好，佛寺镇旅游项目开发受到政府政策的大力支持；

2、政府将旅游业列为佛寺镇未来的经济支柱产业加以大力发展，再加之辽宁省级政府及阜新市的支撑而形成的良好政策环境，为佛寺镇旅游业发展带来更多的机会；

3、交通格局的变化为佛寺镇旅游业发展带来更多机会；

4、佛寺镇的旅游资源具有代表性， 在开发宗教文化、民俗文化、草原文化等产品上的优势将为其发展带来机遇；

5、佛寺镇的宗教文化、民俗文化与辽宁省内及周边城市文化差异性较大，对喜好人文旅游产品的旅游者有较大吸引力，有着很好的发展机遇。

（四）威胁

1、佛寺镇旅游资源将面临激烈的同质竞争，如宗教文化资源，周边有众多相似的宗教竞争者与其竞争，草原旅游也将面临内蒙古草原的竞争；

2、周边的宗教竞争者、内蒙古草原旅游业发展较佛寺镇相对领先；

3、目前本地旅游业人力资源，特别是管理人才十分缺乏，不适应旅游业高速发展中对人才的需求。

第三章　旅游区资源分析与评价

一、旅游资源基本现状

（一）宗教文化资源

瑞应寺是阜新市蒙古族自治县佛寺镇佛教文化的精髓，具有悠久的历史、深厚的文化内涵、珍贵的宗教艺术品，具备旅游开发条件。蒙古族人称其为“葛根苏木”，俗称佛喇嘛寺，在辽宁、东北地区内具有极高的独特宗教文化价值。

瑞应寺历经三个世纪的建设，始建于清、康熙八年（1669 年）到康熙四十四年初具规模。皇帝赐满、蒙、藏、汉四种文字“瑞应寺”匾额。筑有大雄宝殿、祈愿殿、活佛宫、四大扎仓和外五庙，整个庙宇布局合理、主次分明，形成了内外相映、四面对称的独特格局， 并建有万尊万佛林环立于寺区的传经道，是东北地区最大的喇嘛寺院，其间有六代活佛相传，实行了政教合一的管理体制，最兴盛时期喇嘛达八百多户，三千多名，与普安寺并列称藏传佛教东方中心，对东北、东蒙蒙医蒙药、天文历法、建筑工艺、文化艺术的发展都产生了深远的影响，民间素有“东藏”之称。瑞应寺有众多法会日，开展极富特色的节事活动，展示了佛寺镇浓郁佛教文化。

瑞应寺的因明学部、医学部、密宗学部、时轮学部曾培养出了许多哲学、医学、气象学等方面的名人。特别在蒙医药学方面，该寺培养了众多的杰出蒙医药人才，著名的蒙古神医古那巴达拉、邢布利德便出自该寺。历史小说《苦喜传》、《殇妖传》、《契僻传》、《全家福》、《羌胡传》的作者恩可特古斯，就是该寺的高僧。在近三百年的时间里，瑞应寺的时轮学部每年都编写出一部农家历书，准确预报全年的风量、雨量和日月食的时间，对当时指导农业生产起到了很大作用。

瑞应寺历代活佛朝观皇帝情况：

康熙十五年一世活佛在赴西藏途中在北京朝见了康熙皇帝。

康熙三十七年十月皇帝驾幸盛京，活佛前往观见。

康熙三十八年十月达尔罕亲王对清延不满，欲与兵反朝廷。皇帝传圣祖活佛出面调停，活佛圆满地完成了任务。

康熙四十年皇帝驾幸热河，活佛又前去朝观，奏请扩建庙宇得到恩准。

康熙四十三皇帝将喜峰口外的洼尔土温泉连同八百亩土地赏给活佛。

乾隆六年皇帝驾幸热河，二世活佛前往见驾，并同达尔罕亲王一起狩猎。

乾隆三十一年高崇皇帝驻跸热河离宫时，三世活佛前往朝观。

乾隆四十二年三世活佛再次进京，参加皇太后丧礼。

乾隆四十八年四世活佛进京朝观皇帝。

四世活佛先后进京朝观皇帝达九次之多。

咸丰元年八月，五世活佛进京朝见文宗皇帝。

现任七世活佛是洛桑.义希成来坚措。

（二）民俗文化资源

阜蒙县佛寺镇民俗旅游资源丰富，包括佛教饮食文化、蒙古族民俗、蒙古文字和草原农家乐等方面。

饮食民俗包括的范围很广，如独特佛教美食“喇嘛炖肉”、喇嘛糕等佛寺镇独特的地方饮食，另外还有蒙古族特色的“蒙古馅饼”、“手扒羊肉”等。

佛寺镇的蒙古族民俗除了饮食文化之外，还有在辽宁省具有鲜明特色的蒙古族牧民居住的蒙古包，现有10多处，为游客提供食宿服务。同时佛寺镇的娱乐风俗众多，适于游客参与，如赛马、蒙古式的摔跤、射箭等。

蒙古语言与文字的普遍使用也是佛寺镇独特的民俗文化，现蒙古族语言文字使用较少，而在阜蒙县孩子从小就学习、使用蒙古语言，营造了蒙古族的语言文化氛围，能够让游客更好、更全面的了解其民俗文化。

农家乐是乡村旅游的一个重要组成部分，佛寺镇的农家乐旅游资源突出农村的特色，融入了佛教文化、草原等民俗文化方面，更让游客能游出休闲、游出文化。

（三）自然生态及观光休闲资源

佛寺镇自然生态资源丰富，草原是其重要的自然资源，在辽宁境内草原资源主要都集中在阜新区域，草原资源的开发是佛寺镇旅游开展的重要资源。在瑞应寺西、北、东三面环山，境内还有省大二型水库——佛寺水库，山青水明，自然

环境优良，适合游玩。

佛寺镇的东梁地热资源也是其独特的旅游资源，地热资源可以发展温泉旅游、现代农业地热科技，地热温室种植、地热水产养殖、地热禽鸟孵化、地热烘干、地热沼气池加温、地热工副业加工等地热项目。

（四）周边品牌旅游资源

1、查海遗址

查海遗址位于阜新蒙古族自治县境地内。1982年全省文物普查时发现，到1993年已进行过5次的发掘，发掘面4000余平方米，揭露出房址30余座，复原陶器近200件，还有石器，猪骨，鹿骨及农作的碳化物等，尤其是出土了玉器和龙纹陶片，，出土的玉 器，经科学鉴定，都为透闪石软玉，其中“玉块”做工之精尤为令人叫绝，这是目前世界上发现年代最早的真玉器，堪称“ 世界第一玉”；出土的龙纹陶片不仅在形象上，而且有鳞状的 表现纹饰，都已具备中国古代龙形象的基本特征，比我国先前 发现的兽形玉--猪龙还早近3000年，是更原始的龙的雏形，堪称“华夏第一龙”。已测定，这个遗址的绝对年代为距今 7600左右，这是目前辽宁以至东北地区发现的时代最早的一处新石器时代遗址。

2、海棠山摩崖造像

海棠山位于阜蒙县大板镇大板村西北2公里处，海拔高度715.5米，山高谷深，怪石嶙峋，植被丰富，气候宜人，风光秀丽，与美丽的传说和人文景观融为一体，构成景景奇特，景色绝佳的塞北风光。

道光八年（1828年），来自西藏普安寺四世活佛丹毕道尔吉，利用海棠山的天然岩石崖壁主持镌刻摩崖造像，其文字有蒙、藏、满、汉四种，50余处，在国内罕见。内容为咒文、真言、赞语、镌刻时间、记事、施主和雕刻工匠姓氏海棠山摩崖造像也是体现阜新佛寺镇佛教文化内涵，海棠山摩崖造像种类繁多，从山间到山巅，在大小不同的花岗岩上，处处雕刻着千变万化的佛像，现保存完好的佛像260多尊，它们最高为5米，最小仅0.3米。有的10尊佛像为1组，最多的一组群像有26尊称为“集仙石”。有些佛像龛上下左右刻有蒙，满，藏，梵和汉文字，有的还涂有彩绘的摩崖造像，虽经历史300多年时间，却色彩不退。在雕刻方法上吸取了中国古代及国外雕刻艺术风格，造像雕刻得细纤精巧，惟妙惟肖，从形

式上看生动活泼，神形兼备，富有美感，形成了海棠山独特的具有蒙、藏、汉族兼备的高、中低浮雕艺术特色。至今有些造像的彩绘仍很鲜艳，令人叫绝。目前，在我国发现如此规模的摩崖造像还尚属首次，海棠山摩崖造像堪称中国一绝。

二、旅游资源评价

（一）整合旅游资源分类

根据2003年5月正式实施的中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972－2003）所规定的划分方法，标准中旅游资源分为8个主类，31个亚类和155个基本类型。佛事镇及周边的品牌旅游区拥有其中的6主类；拥有20亚类 。

表 3-1 瑞应寺旅游资源统计表

主类	编码	基本类型	旅游资源名称
地文景观	AAA	山丘型旅游地	阿贵山、哈达山、白花山等 138 座山头
	ABF	矿点矿脉与矿石积聚地	玛瑙山
水域风光	BAA	观光休闲游憩河段	佛寺水库下游伊吗图河、区域内其他水域
生物景观	CAA	林地	景区内植被良好，绝大部分为林地覆盖
	CB	草原与草地	草原
	CDA	水生动物栖息地	太湖银鱼、鲢鱼、胖头鱼、青鱼、草鱼、甲鱼、野生河蚌、池沼虾等
	CDB	陆地动物栖息地	狐狸、山兔、野鸡、獾子等野生动物等
	CDC	鸟类栖息地	春秋两季丹顶鹤、鸳鸯、大雁等候鸟
遗址遗迹	EBE	交通遗迹	瑞应寺十三敖包群
建筑与设施	FAC	宗教与祭祀活动场所	瑞应寺、舍利庙、普康寺、白伞寺、娘娘庙、绿度母庙、关帝母庙、曼巴扎仓、护法庙
	FAB	康体游乐休闲度假地	民族度假村、翁泌沟农家乐园
	FAF	建设工程与生产地	曼巴扎仓蒙医药材基地
	FAK	景物观赏点	石佛
	FCJ	人工洞穴	一世活佛洞
	FGA	水库观光休闲游憩区段	佛寺水库
人文活动	HAA	人物	巴拉根仓

	HAB	事件	巴拉根仓传说
	HBB	文学艺术作品	巴拉根仓传说、民族建筑艺术、美术绘画、雕塑艺术
	HCE	宗教活动	关公法会、重阳法会等 24 个法会
	HCF	庙会与民间集会	瑞应寺庙会
	HCG	饮食习俗	喇嘛炖肉、蒙古馅饼、手扒羊肉

表 3-2 瑞应寺可依托的旅游资源统计表

主类	编码	基本类型	旅游资源名称
A 地文景观	AAA	山丘型旅游地	海棠山国家自然保护区：海棠山 三塔沟风景区：青龙山 乌兰木图山风景区：骆驼山等 关山风景区：蛇山、椴木洼 千佛山风景区 东郊湖风景区：元宝山等 塔子沟风景区：大青山等
	AAC	沙砾石地型旅游地	章古台沙地森林公园:沙漠翰海、万亩人造林、沙地生态园等 那木斯莱旅游风景区
	AAD	滩地型旅游地	大清沟风景区：大清沟沙海绿洲
	ABF	矿点矿脉与矿石积聚地	海州露天矿国家矿山公园 玛瑙山
B 水域风光	BAA	观光休闲游憩河段	佛寺水库下游伊吗图河 区域内其他水域
	BBA	观光休闲游憩湖区	巨龙湖风景区：大坝观景 东郊湖风景区：大坝观景
	BDA	冷泉	关山风景区：水泉洼 大清沟风景区：万泉景区 千佛山风景区：灵泉水
C 生物景观	CAA	林地	关山风景区：野猪林 孙家湾南山自然环境
	CAB	丛树	关山风景区：椴木洼 千佛山风景区：四皈依树
	CAC	独树	关山风景区：千年古枫

			东郊湖风景区：迎客松 大清沟风景区：再生树、百年好合
	CB	草原与草地	草原
	CDA	水生动物栖息地	鲤鱼、鲢鱼、鲫鱼、鲶鱼、草鱼、甲鱼等
	CDB	陆生动物栖息地	野猪、獾子、松鼠、狐狸、野兔、刺猬
	CDC	鸟类栖息地	大雁、绿头鸭、大鸨等
E 遗址遗迹	EAA	人类活动遗址	查海遗址博物馆、古玉龙村
	EAB	文化层	白泉寺风景开发区
	EBB	军事遗址与古战场	关山风景区：秘密军事仓库
	EBC	废弃寺庙	关山风景区:帕尔沁奔巴庙遗址、樱桃庙遗址、白塔遗址、成吉思汗祠堂遗址 东郊湖风景区：活佛洞遗址
	EBE	交通遗迹	瑞应寺十三敖包群
F 建筑与设施	FAB	康体游乐休闲度假地	桃李园民族文化旅游度假村、民族度假村、翁泌沟农家乐园
	FAC	宗教与祭祀活动场所	瑞应寺 海棠山国家自然保护区：普安寺 大青山风景区：弥勒寺、观音阁 三塔沟风景区：舍利塔和寺院 乌兰木图山风景区：梯子庙 关山风景区：牌楼庙 千佛山风景区：阿古庙 塔子沟风景区：积庆寺、关帝庙 宝力根寺、海州庙、圣经寺
	FAF	建设工程与生产地	巨龙湖风景区：电力风车 十家子玛瑙城 曼巴扎仓蒙医药材基地
	FAH	动物与植物展示地	关山风景区：鹿苑、鸵鸟圃、驰名种羊
	FAK	景物观赏点	瑞应寺：石佛 关山风景区：辽代壁画 东郊湖风景区：帽头石
	FBC	展示演示场馆	阜新“万人坑”死难矿工纪念馆
	FCA	佛塔	景区内佛塔
	FCG	摩崖字画	关山风景区：辽代壁画 千佛山风景区：摩崖造像 海棠山风景区：摩崖造像群 塔子沟风景区：磨牙造像
	FCH	碑碣（林）	大清沟风景区：大清沟界碑
	FCJ	人工洞穴	乌兰木图山风景区：仙人居石洞 千佛山风景区：观音洞 瑞应寺：一世活佛洞
	FDA	传统与乡土建筑	关山风景区：关山敖包

			桃李园民族文化旅游度假村：蒙古包
	FDD	名人故居与历史纪念建筑	张三丰故居
	FEB	墓（群）	关山风景区：辽代古墓（萧德温墓、萧和墓、萧德恭墓、萧知行墓） 宝力根寺：辽代契丹古墓 东郊湖风景区：刘建烈士墓
	FGA	水库观光休闲游憩区段	佛寺水库
	FGB	水井	塔子沟风景区：古井
G 旅游商品	GAE	传统手工产品与工艺品	玛瑙、农副产品
	GAB	农林畜产品与制品	林产品加工产业、皮革产业、无公害农产品与绿色食品和有机食品
人文活动	HAA	人物	关羽等
	HAB	事件	东郊湖风景区：老鹰山传说等
	HBB	文学艺术作品	各地文学艺术作品等
	HCA	地方风俗与民间礼仪	各地特色民俗等
	HCB	民间节庆	佛教活动、蒙古族民俗
	HCE	宗教活动	各地宗教活动等
	HCF	庙会与民间集会	各地庙会
	HCG	饮食习俗	大清沟风景区：清沟鱼宴 瑞应寺：喇嘛炖肉、蒙古馅饼、手扒羊肉
	HDA	旅游节	各类节庆活动

整合旅游资源归属7个主类，其中地文景观类与建筑设施类旅游资源分别占18.18%、人文景观旅游资源占36.36%，遗址类资源是27%。

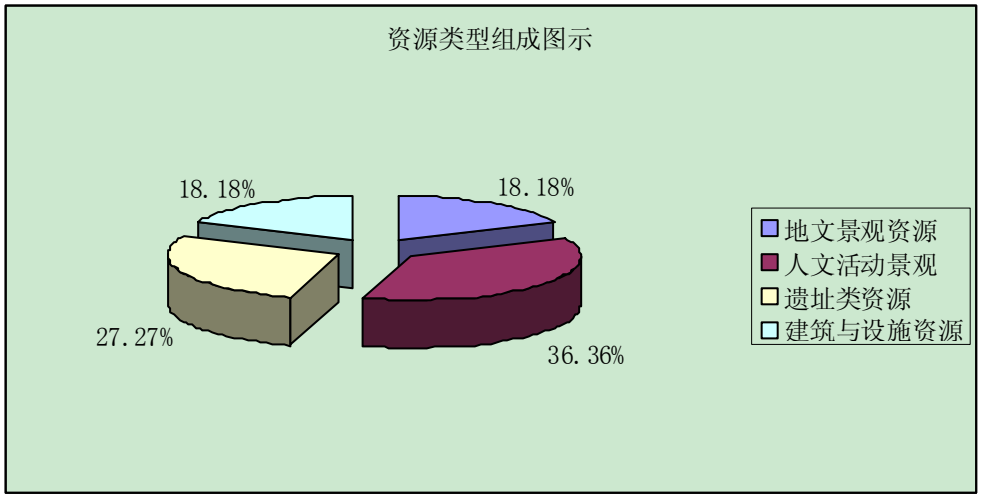

图3-1 资源类型组成图

其中佛寺镇旅游资源占整合资源的多半以上，类型丰富且旅游资源特色鲜明，如瑞应寺独特且佛教文化价值极高，另外蒙古族语言、草原、蒙古包等在辽宁省内都是独一无二的。

（二）佛寺镇旅游资源等级分析

参照《旅游资源分类、调查与评价》国家标准对佛事镇旅游资源进行如下等价划分。“旅游资源共有因子综合评价系统”从“资源要素价值”、“资源影响力”、“附加值”三个评价项目对旅游资源单体进行赋分评价。根据上述指标体系，对佛事镇旅游资源单体进行定量评价，依据评价结果对景区资源进行分级，优良级旅游资源评价结果如下：

表3-1 佛寺镇旅游资源分级评价

四级旅游资源	瑞应寺
三级旅游资源	语言、文字
二级旅游资源	蒙古包、草原
一级旅游资源	农家乐、东梁地热

三、旅游资源比较分析

（一）与周边佛教文化资源比较分析

在佛寺镇周边有众多佛教文化资源，辽西有丰富的以佛教为主题的旅游资源，代表性资源包括佛寺庙宇与塔如圣经寺、普安寺喇嘛洞、万佛堂石窟、惠宁寺、广济寺塔、青岩寺、朝阳南北塔等。其中彰武县在清代是藏传佛教东部活动中心，圣经寺对研究阜新地区藏传佛教源流有重要价值；同济寺是模仿西藏布达拉宫建筑格局而建，是阜新地区清代早期寺庙建筑之一；万佛堂石窟属全国重点文物保护单位，距今已有 1500 多年的历史了，具有珍贵的历史价值和艺术价值；青岩寺风景区位是闾山浏览胜地之一，“歪脖老母”名闻天下。朝阳南北塔是东北地区最早的古塔。

与周边众多佛教旅游资源相比，佛寺镇具有自己独特的宗教文化价值，东北地区最大的喇嘛寺院，现有七世活佛洛桑义稀成来坚措其独特性都将瑞应寺与其他的宗教旅游资源相区别。

（二）与周边民俗文化资源比较

在辽宁省内，阜新蒙古族自治县佛寺镇民俗旅游资源在佛教饮食文化、蒙古族民俗、草原农家乐等方面都与省内的民俗文化有所不同。

与相邻的内蒙古相比，阜新蒙古族自治县佛寺镇的民俗文化也具有独特性，在佛寺镇内普遍使用蒙古语言与文字阜蒙县孩子从小就学习、使用蒙古语言，营造了蒙古族的文化氛围。

四、旅游资源综合评价

阜新市蒙古族自治县佛寺镇集佛教文化、自然山水、丰富的人文景观等于一体，共同构建了一个多类型、深内涵的旅游资源综合体。经实地采集调查分析对佛寺镇旅游资源得出如下综合评价：

（一）佛教资源独特——东北唯一

瑞应寺是我国北方地区少见的佛教文化圣地，是东北地区最大的喇嘛寺院，其间有六代活佛相传，实行了政教合一的管理体制，最兴盛时期喇嘛达八百多户，三千多名，与普安寺并列称藏传佛教东方中心，民间素有“东藏”之称。有强大的区域号召力。

（二）文化底蕴深厚——深化内涵

阜蒙县佛寺镇文化内涵深厚，距今7600左右就有人类在此地繁衍、生息，查海遗址目前辽宁以至东北地区发现的时代最早的一处新石器时代遗址，佛教文化圣地瑞应寺、草原特色、蒙古族民俗文化等资源，具有巨大的开发潜力。

（三）资源类型丰富——协调开发

阜蒙县旅游资源囊括宗教、地文、草原、遗址遗迹、人文、观光休闲、商品等类型，有条件开发以瑞应寺为核心，以地文、遗址与人文为集群的旅游目的地。

五、旅游资源开发分析

由于拥有宗教的历史渊源，瑞应寺的品牌知名度、美誉度比较高，因此，瑞应寺应采用品牌战略，以藏传佛教文化产品核心品牌，建立一个丰富的产品体系，从核心品牌衍生出民族工艺品、特色食品、民族服饰、藏戏等系列产品。突出特色是瑞应寺旅游开发的基础，依据旅游市场动向和旅游者需求导向，确定瑞应寺宗教文化旅游的核心竞争优势。高起点规划，高层次开发，高水平经营 。

阜蒙县佛寺镇旅游资源开发条件优良：一是宗教文化资源独特；二是地文风光丰富；三是文化内涵深厚；四是生态环境较优。可以形成以瑞应寺佛教文化为主，浓厚佛教文化积淀为辅，自然山水风光、特色田园风光为补充，开展佛教文化、大众观光休闲、休闲度假、民俗文化等多种旅游形式。

目前，佛寺镇旅游资源正处于开发阶段，从旅游资源整体开发情况来看，还存在若干亟待解决的旅游资源开发问题：首先是如何提升瑞应寺龙头景区品牌影响力有待提供；其次加强休闲度假资源及山水资源开发；第三是深化开发人文资源内涵；最后是强化县城及乡村配套开发。

表 3-2 旅游资源开发重点及其时序布局

旅游资源	开发重点程度	开发重点	时序
瑞应寺	★★★★★	佛教文化、培训基地、休闲广场	2010-2015
草原	★★★★★	扩增草原面积、蒙古包	2010-2011
民俗文化	★★★★	蒙古文字、蒙古民俗、佛教民俗	2010-2012
农家乐	★★★	休闲产品、特色农产品	2010-2011
地热	★★★	观光休闲、休闲、体验产品	2010-2012

第四章　旅游发展目标与战略

一、战略指导思想与原则

（一）指导思想

在分析佛寺镇旅游业现状、发展趋势及现有客源市场基础上，整合佛教文化、民俗文化、自然等旅游资源，充分考虑佛寺镇实际情况，对佛寺镇的旅游业发展进行科学规划和战略布局。

（二）布局原则

1、文化提升原则

佛寺镇旅游业以宗教文化旅游为重点，将佛教文化中的精髓与我国现阶段的和谐、爱与感恩、国学智慧结合起来，进一步加大佛寺镇旅游的现代文化含量，同时，将民俗旅游、自然观光休闲旅游等融入旅游产品体系中，发展具有鲜明特色的文化旅游业。

2、主题鲜明原则

以宗教文化旅游为龙头，形成瑞应寺旅游区、草原民俗区、地热观光休闲区、观光休闲农业区、广场休闲区及旅游服务区六个旅游区域，各区域内主题鲜明，差异化发展，实现产品错位，保障旅游业的健康发展。

3、整合有序原则

整合发展佛寺镇内旅游资源，充分发挥旅游资源特色，以旅游业的发展带动城市的发展，按照实际开发情况，由近期到中远期进行有序开发，共同实现佛寺镇各个区域的发展。

二、旅游发展的战略定位与战略目标

（一）战略定位

1、性质定位

佛寺镇旅游以东北宗教圣地瑞应寺佛教文化为中心，以现代爱与和谐文明为导向，突出蒙古族民俗文化、特色观光休闲等总体特色，塑造重点国际藏传佛教旅游区形象，将其打造成为东北第一、中国精品的宗教休闲、体验和教育圣地。

2、产品定位

佛寺镇旅游产品以佛教文化产品为主，以蒙古族民俗产品、草原休闲产品、观光休闲产品（地热、特色农业）及草原农家乐等旅游产品为补充，打造宗教、民俗、观光休闲、生态和文化产品体系。

3、市场定位

根据佛寺镇自身旅游业发展特征及现有客源市场情况，按照地域确定佛寺镇一级市场为阜新市及辽宁省区域，二级市场为辽宁周边省份及临近国家，如韩国、日本、俄罗斯等，机会市场为中国其他省份及东南亚、欧洲、美洲等入境游客。

4、形象定位

依托佛寺镇旅游资源特征，确定其主题形象为东北宗教休闲、体验和教育圣地，突出国际藏传佛教文化及活佛的独特性，在领略和学习经典传统佛教文化的同时，体验蒙古族民俗文化、草原的气息等休闲旅游。

5、产业定位

依据《阜新市城市总体规划》;《阜蒙县城市总体规划》的发展要求和总体部署，佛寺镇将旅游产业以新的经济增长点带动区域经济发展，形成旅游支柱产业地位，充分发挥旅游推动社会经济发展的作用。

（二）战略目标

1、经济目标

到规划期末，旅游业成为佛寺镇的支柱产业，其旅游收入占 GDP 收入的 8%以上，旅游增加值在初期呈递增趋势，在后期呈平稳趋势，并高于全县生产总值增长速度。旅游人次呈增长趋势，到 2020 年预增长到每年 200 万人次。旅游企业数量在规划 5 年期间初步达到满足市场需求标准，建成 1 到 2 家高级酒店，10 家左右的农家旅馆等经济型酒店，还有 10 家到 20 家自愿开放的家庭旅馆，当地旅行社两家，导游人员 50 名。

2、社会目标

以旅游业提高佛寺镇的就业率，第五次人口普查佛寺镇总人口为 12621 人，到 2020 年佛寺镇旅游直接就业人数达 4000 人，带动社会就业达总人口的 35%以上，居民人均可支配收入年均增长 10%，提高城市发展水平，调整贫富结构，2020 年，全镇贫困人口减少到总人口数的 5%以下。

3、环境目标

通过发展旅游业，更好地保护和利用文化旅游资源，实现文化产业与旅游业并进，成为促进佛寺镇文化产业发展和精神文明建设的重要载体。在环保方面，要通过发展旅游业，实现产业替代，减少资源消耗、生态破坏和环境污染，转变经济增长方式。另外加大重点景区、景点及旅游干道的生态建设与环境治理力度，全面推进绿色旅游行动计划。

表 4-1 旅游发展目标表

年份 指标	2010	2015	2020
旅游总人数（万人次）	50	100	200
旅游总收入（亿元）	10	20	50
旅游收入平均增幅（%）	15	20	8
高级酒店（家）	0	1-2	2
经济型酒店（家）	2	5	10
家庭旅馆（家）	5	10-20	20
就业人数（人）	500	1500	4000

三、旅游发展战略模式

（一）民俗体验牵引、宗教文化带动战略

发挥瑞应寺宗教文化带动作用，以品牌拉动佛寺镇旅游资源的开发，以蒙古族民俗文化资源、草原文化、农家乐等共同形成旅游产业链，整个佛寺镇依托瑞应寺发展，形成民俗体验和宗教文化于一体的综合休闲发展模式，构建“大旅游”格局。

（二）品牌塑造、持续开发战略

努力提升瑞应寺龙头景区品牌影响力，加强休闲度假资源及山水资源的协同

开发，持续开发人文资源，同时强化县城及乡村配套开发，确保自然和人文资源开发的深度、广度和高度，打造高质量的旅游目的地体系。

（三）产业整合、优化服务战略

充分发挥旅游产业的内在联动机制，提高旅游服务业的整体素质和效益；引进先进管理方式，推进景区景点经营管理体制的改革，提高服务水平和管理能力；加强旅游社团、行业协会的建设，加强与旅游中介组织的联动关系、协调职能，全面提升旅游目的地形象水平。

（四）整合资源、强强联合战略

佛寺镇旅游资源的可持续开发势必应与外部优势资源相结合，即与辽宁大学佛学院以及其他的一些企业等机构强强联手，不断开发新的旅游项目、旅游产品，从而确保佛寺镇旅游产业的可持续发展。

（五）打造旅游产业聚集区，全面实施集群发展战略

以瑞应寺为旅游产业核心，以佛寺镇为空间区域中心，打造以旅游产业为龙头、具有突出旅游特色、融合多个配套及相关产业的旅游产业聚集区；通过制定优惠招商政策，积极吸引和鼓励包括旅游业、加工制造业、酒店服务业、文化教育业等相关产业企业到产业聚集区内投资发展，形成区域内的整合效应、互动效应和集群效应，推动聚集区内企业的快速和持续发展；努力推动形成若干具有相当规模的企业和项目，形成具有较大区域影响力的旅游集群品牌和旅游项目品牌，成为东北地区乃至全国重要的宗教文化旅游产业聚集区。

四、战略实施

（一）导入 CIS 形象识别系统

导入 CIS 形象识别，要强化五个重点，差异度，文化度，舒适度，方便度，幸福感。要达到五个力，视觉震撼力，历史穿透力，文化吸引力，生活沁润力，

快乐激荡力。

MI 理念系统——形象口号：

总口号——畅游瑞应　福音百年。

分口号——“享受传统佛寺蒙餐，体验传奇佛寺祭拜，饱囊珍奇佛寺玛瑙，畅游神奇佛寺仙源”；“采撷神奇野果，身入民间仙境”；“疯狂草原马背，神奇蒙古帐篷”。

BI 行为系统——管理与服务人员行为服务规范。

VI 视觉识别系统——标准色：黄、绿、红，其他景点设计装修见效果图。

（二）功能分区

以瑞应寺为旅游资源主体，再辅以休闲农家乐和草原蒙古族风情为两翼，丰富瑞应寺的旅游资源，具体包括：瑞应寺旅游区、广场休闲区、观光休闲农业区草原民俗区、东梁地热观光休闲区、旅游服务区。

（三）组织实施

1、成立强有力的瑞应寺旅游发展组织机构；

2、按照设计规划分阶段、分步骤进行旅游项目和产品的开发；

3、进行强有力的旅游市场营销。

第五章　旅游客源市场分析与预测

一、旅游市场现状分析

（一）客源市场现状

佛寺镇位于阜新蒙古族自治县西南部，距离阜新市区20公里，属于辽西丘陵地区，南与伊吗图镇为临，北与王府镇接壤，东与东梁镇交界，西同蜘蛛山、七家子两乡相连，是少数民族聚居以农业为主的乡镇。

佛寺镇是集自然风光、宗教文化、民俗民风为一体的旅游胜地，其中观光休闲旅游，参加佛寺活动是佛寺镇主要旅游活动。经调查研究佛寺镇目前主要客源市场是阜新市内及省内游客，也有部分邻省及外省的宗教旅游者和韩国、日本等邻国的海外旅游者。客源市场以阜新市及辽宁内蒙为主，开拓旅游市场是佛寺镇旅游开发的一大要务。

（二）旅游市场结构分析

在市场结构方面，重点深化阜新市及沈阳等有市场潜力的省内市场，巩固开发周边省份及临近国家等核心城市区域市场，积极开拓国内外远程大中城市市场，建立稳定的市场协作机制，重点拓展韩、日、俄罗斯等国际市场。顺应观光休闲旅游向休闲度假转型趋势，在宗教文化、自然观光休闲游等基础上，大力拓展生态休闲度假游和文化休闲度假游等产品形式，结合借势营销、风情营销、真情营销、影视营销、整合营销等营销模式。

（三）旅游市场开拓存在问题

总体来看，佛寺镇旅游业目前处于起步发展阶段，旅游基础设施建设不完善，景区品牌知名度低，游客进入较少，客源市场不足。在现阶段，佛寺镇旅游市场开拓存在的重要问题在于：品牌效应不足、未深挖文化内涵、产品结构单一、旅游资源尚未整合等。

二、旅游空间竞争分析

佛寺镇的品牌景区瑞应寺佛教文化深厚，特色鲜明，独特性高，但在佛寺镇周边及辽宁省内有众多的佛教旅游资源，成为佛寺镇旅游发展的主要竞争者。

（一）主要竞争对手概况

辽西佛教主题的代表性资源是佛寺庙宇与塔。按从东向西，再从北向南的空间顺序是圣经寺、普安寺喇嘛洞、海棠山摩崖石像、瑞应寺、万佛堂石窟、惠宁寺、广济寺塔、青岩寺、朝阳南北塔等。

圣经寺

在彰武县大四家子乡。清道光二十一年（1841年）由喇嘛包甘曹扎兰毕募捐化缘筹措款项兴建。都纲式建筑，占地2万平方米，取名扎兰庙。光绪二十七年（1901年），又由喇嘛包甘曹图戈杰筹划，在庙北缘建成白塔两座，庙名易为圣经寺。今存正殿，3层，78间。殿内四壁及梁、柱、栋、斗拱上，彩画精美，色彩鲜艳。彰武县在清代是藏传佛教东部活动中心，该寺对研究阜新地区藏传佛教源流有重要价值。

同济寺

同济寺，位于阜新蒙古族自治县东南33公里的大巴镇境内南部，医巫闾山余脉的群山环抱中。景色得天独厚。据《阜新县志》和《满洲锦州省概览》记载，该寺始建于清顺治初年，俗称“小喇嘛洞庙”。同济寺是模仿西藏布达拉宫建筑格局而建。峻宇雕墙，楼阁参差，工程浩大，规模宏伟，艺术高超，俨然一座长方形的壮丽“城池”。庙宇殿堂错落有致地分布在8000多平方米的“城池”中。同济寺是阜新地区清代早期寺庙建筑之一。

普安寺庙

早在1683年，海棠山就建起了普安寺庙，历经六世活佛二百多年的扩建，鼎盛时建成的以措钦大殿为中心的寺庙建筑群占地四万多平方米，楼台殿阁一千多间，僧舍400多户，素有“小布达拉宫”之称，被称为藏传佛教的东方中心。普安寺的主建筑措钦大殿毁于1976年。2001年经省政府批准复建。经多方努力，于2002年10月竣工，2003年春节正式向游人开放。如今，风格独特、金碧辉煌的措钦大

殿已成为海棠山一个突出的新亮点。

海州庙

阜新市海州庙原名为弥勒菩萨成就院，创建于清康熙年间，是目前阜新市区内唯一尚存的一座藏传佛教古刹建筑群。寺庙因依山而建，山坡一词蒙语谒海洲，故寺庙又因此而得此名，它因地处市商业繁华中心地段，更为市区增添了一大景观，极具有社会政治、经济、文化、游览开发价值。

万佛堂石窟

万佛堂石窟属全国重点文物保护单位，位于辽宁省义县西北9公里万佛堂村南大凌河北岸的悬崖上。万佛堂石窟由于外在大凌河北岸的峭壁这一特殊的地理位置上,气候潮湿,风化现象非常严重,现在万佛堂分为东区和西区,西区凿于北魏太和二十三年(公元499),是营州刺史元景为皇帝和眷属开凿的,东区凿于北魏景明三年(公元502)是员外散骑常待昌,黎韩贞等74人营造的石窟。万佛堂石窟距今已有1500多年的历史了,是我国东北地区年代最久,规模最大的石窟群,具有珍贵的历史价值和艺术价值。万佛堂石窟1988年代被列为全国重点文物保护单位。

惠宁寺

惠宁寺位于辽宁省北票市下府蒙古族自治乡政府东侧。清初，土默特右翼署建于此，故名下府。清末蒙古族杰出的文学家，诗人尹湛纳希就出生在下府林的东邻——中信府。惠宁寺北据官山，南映大凌河，左临牤牛河，右环凉水河，环境优美，实为佳境胜地。

广济寺

广济寺位于辽西的锦州市内古塔区北街，是塔寺合一的古代建筑，西侧建有天后宫，东侧建有昭忠祠，最南端建有观音阁，形成以广济寺及塔为主体的广济寺古建筑群。2001年6月被国务院公布为全国重点文物保护单位。

青岩寺

青岩寺风景区位于辽宁省锦州北镇市常兴店镇西部，是闾山主要浏览胜地之一。青岩寺有上、下两院。尤为上院“歪脖老母”名闻天下。古往今来，特别是近几年来，每天到此降香朝拜、观光休闲旅游者络绎不绝。尤其是每年农历的二月十九、六月十九、九月十九庙会，五•一、十•一黄金周、春节长假，每月的初一十五上香日以及青岩寺诸佛节令，更是香客如云，摩肩接踵。

朝阳南北塔

南北二塔--朝阳原有三座塔，分别位于旧城的南、北、东三方。现仅存南北二塔。南塔在朝阳南街，建于辽代，是方形空心砖塔。北塔在朝阳北街，与南塔遥相对峙。现存的砖塔始建于唐代，是在北魏和隋代木塔基址上建造的，距今已有1300年的历史。现存的地宫、砖座、雕刻佛像的外层塔身等均为辽代修砌的。它是东北地区最早的古塔。

（二）竞争格局分析

从分析来看，瑞应寺的旅游发展面临着激烈竞争局面，同济寺是阜新地区清代早期寺庙建筑之一；普安寺庙素有“小布达拉宫”之称，被称为藏传佛教的东方中心；万佛堂石窟1988年被列为全国重点文物保护单位；青岩寺风景区的“歪脖老母”名闻天下，观光休闲旅游者络绎不绝。但瑞应寺仍有自身独特的价值以竞争发展，瑞应寺要突破现状，深化宗教文化内涵，扩大客源市场，以成为东北佛教文化旅游地领导者。

三、旅游客源市场定位及预测

（一）旅游客源市场定位

按照资源、产品和市场相匹配的原则，根据市场基础状况，对目标市场进行地域细分、旅游倾向细分和消费等级细分。

划分地域市场，巩固和发展阜新市及省内旅游市场，拓展和深化周边省份及临近国家旅游市场，开拓和扩大国内其他省份及海外入境旅游市场。

核心市场：阜新市及辽宁省内

主体市场：以辽宁省、内蒙古、和“环渤海”地区和韩国、日本、俄罗斯等为主。

拓展市场：国内其他地区及海外市场

（二）旅游容量估算与规模控制

到2020年，中国将成为第四大旅游客源输出国，第一大入境旅游接待国。届时，旅游业总收入将超过3.3万亿元，相当于国内生产总值的8%，真正成为国民经济的支柱产业。目前，我国旅游业占国内生产总值的比重仅4%，而国际上旅游业占全球国内生产总值的份额已超过10%，因此，我国旅游业的发展空间极大。而佛寺镇开拓宗教休闲旅游市场，目标游客不仅包括佛教信徒，还包括众多普通大众，市场预测部分考虑的主要目标市场就是一级市场和二级市场中的游客。通过对佛寺镇、阜新市常住人口、目标旅游市场及消费水平调查，计算出佛寺镇未来五年的游客量。

表5-1 未来游客量预测

年份	2010年	2015年	2020年
游客量（万人次）	50	100	200

第六章 功能分区规划

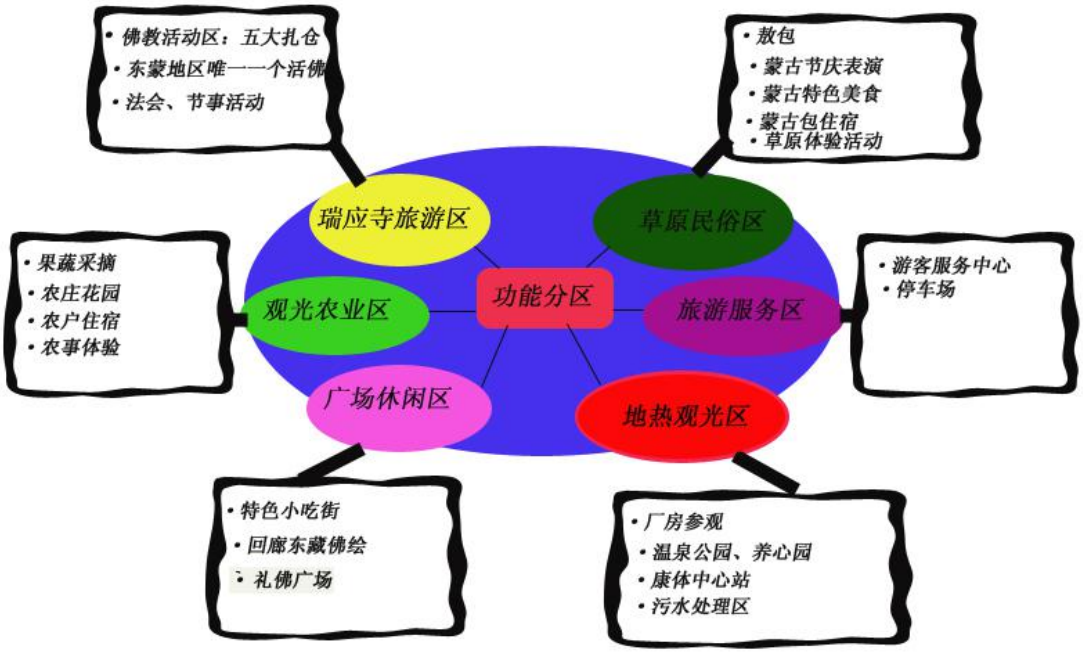

图 6-1 旅游区结构布局图

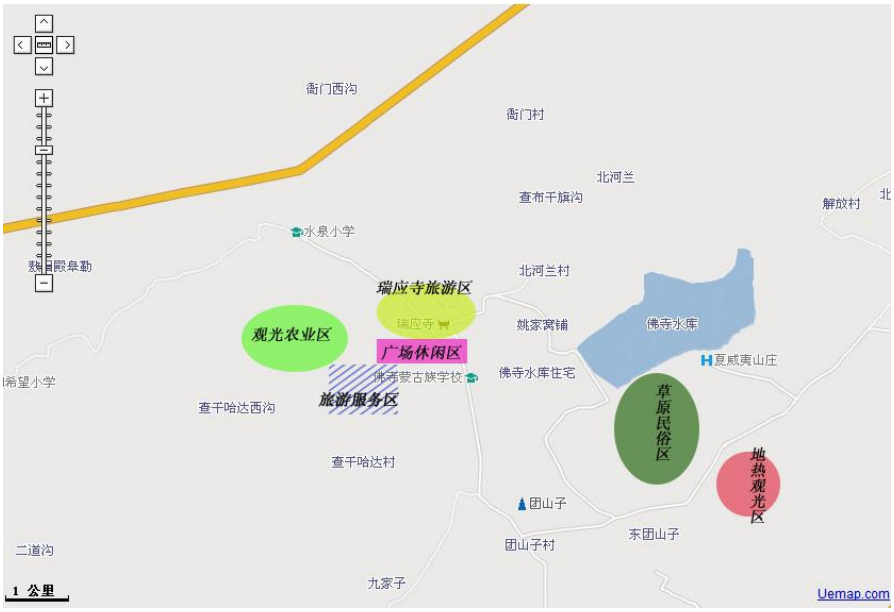

图 6-2 功能分区地图

一、瑞应寺旅游区

（一）瑞应寺景区旅游开发的基础条件

瑞应寺位于阜新蒙古族自治县佛寺镇。佛寺镇位于阜新蒙古族自治县西南部，距阜新市区 20 公里，属辽西丘陵地区，南与伊吗图镇为邻，北与王府镇接壤，东与东梁镇交界，西同蜘蛛山、七家子两乡相连。

瑞应佛寺是“东藏”黄教文化的中心。该寺始建于清、康熙八年（1669 年）到康熙四十四年初具规模。皇帝赐满、蒙、藏、汉四种文字。

1999 年被阜新市人民政府、阜新市旅游局评为阜新八大旅游景区之一。佛教文化旅游一直是各类旅游活动类型中吸引力强、特色鲜明的旅游亮点项目。阜蒙县独具特色的藏传佛教文化深受周边城市旅行商和旅游者的青睐，拥有比较稳定的市场群。佛寺镇是少数民族蒙古族人的聚居地，民族特色美食口味独特，远近闻名。东藏佛教旅游资源、农业资源、人文资源和自然资源、文化资源为瑞应佛寺创造了良好的旅游开发条件。

（二）瑞应寺景区旅游开发设计规划

瑞应寺的出现和发展经历近三个世纪，对蒙古族的历史产生了深远的影响，成为东部蒙古地区宗教、医学、文化的中心。始建初年，康熙皇帝赐金龙镶边的满、蒙、藏、汉四种文字雕刻的“瑞应寺”匾额。瑞应寺是东北地区最大的佛教寺庙，是一座具有 339 年历史的藏传佛教寺庙。瑞应寺是集藏、汉、蒙式建筑风格为一体的建筑杰作，在我国古代建筑体系中具有重要地位。其主要的建筑有大雄宝殿、活佛宫、四大扎仓及德丹阙凌、外 5 座庙。至康熙四十三年形成了相当规模的寺庙建筑群。整个庙宇布局合理、主次分明，形成了内外相映、四面对称的独特格局，此外还有绕寺一周的环寺路，路边有万尊石佛，环路而立，宏伟壮观，其建筑格局与西藏布达拉宫相似。

（三）瑞应寺景区旅游空间与功能设计

1、恢复并完善五大扎仓（院内）

佛教活动区：以举行相应的佛事活动和安顿僧人的日常生活为主。该区域活动主要是在五大扎仓内。包括正在建造的庙堂。①萨尼特扎仓（因明僧学院）。由正殿、五位法王殿、大锅房、东西配房及山门组成六十三间宫殿式两层建筑，两侧殿堂内藏有藏佛教经典，正殿大门是面积达 300 平方丈的园林，园中有花坛、凉亭、辩论台。②曼巴扎仓（即医学院）。建于大雄宝殿东的一座山坡上，由主殿、配殿、山门组成，共计三十三间殿堂，瑞应寺曼巴扎仓是蒙古地区蒙医药学的中心，名医远近驰名，如古那大夫，自幼在此院学习，1949 年后曾受到周总理的接见，获蒙医博士学位，后任内蒙古卫生厅副厅长。③阿布巴扎仓（密宗学院）。由主殿、偏殿和后殿组成，共七十二平方米。寺内保存着康熙用过的驴鞭。④丁科尔扎会（时轮学院）。由主殿、藏经殿、时轮金刚殿和天王殿组成，丁科尔的喇嘛们每年都要编写一部比较详细的历书，准确预报全年的风量、雨量和日、月食时间。⑤德丹阙凌在大雄宝殿西侧，是宫殿式二层庙宇，面积二十一平方丈。藏有始祖活佛，从西藏请来的部分达赖喇嘛舍利子，还有黄教祖师宗喀巴吃过的乳牛之角。

2、东蒙地区唯一一位活佛

瑞应寺第七世察罕迪延奇呼图格图洛桑·义希成来坚措活佛是东蒙地区唯一一位活佛，每逢周二、周四、周六及周日都会为信众开导解答，深受信众爱戴。

3、法会

针对瑞应寺法会日程表，可以设计针对不同法会的极富特色的节事活动。

图 6-3 瑞应寺法会及节食活动现场

表6-1 瑞应寺法会日程表

日 期	法 会	法 会 意 义
农历每月初一	主供药师佛	诵《药师佛经》，为众生消灾、祛病、延寿。
农历每月初八	主供绿度母	诵《二十一度母经》等，为消灾祈福，为无子嗣者求子。
农历每月初十五	供养上师法会	纪念上师，诵《上师供养仪规》，依上师证得果位。
农历正月初八至十五	祈愿大法会	祈愿国泰民安，法门昌盛、慈云广被，众生吉祥如意。
清明节	超度法会	为亡者诵经超度。
农历四月初一至十五	“浓乃”法会	主供观世音菩萨，祈愿恶趣众生早日脱离苦海，为其消罪增福。
农历六月初二十四	关公护法法会	诵《伽蓝菩萨供养仪规》，礼敬护法，常求善佑众生。
农历七月初八至十五	千供法会	主供尊胜佛母，祈愿众生健康长寿。
农历九月初九	重阳法会	为老年人诵经，供酥油灯，祈愿众生健康长寿。
农历十月初二十五	千灯法会	纪念宗喀巴大师，诵《上师供养仪规》，供千盏酥油灯。
农历十二月初八	纪念佛祖成道日	熬腊八粥供佛，求佛祖保佑众生吉祥，向信众舍腊八粥。
农历大年三十	撞钟祈福法会	敲平安钟，祈愿祖国昌盛，世界和平，佛法兴隆，人民安康。

4、广场休闲区

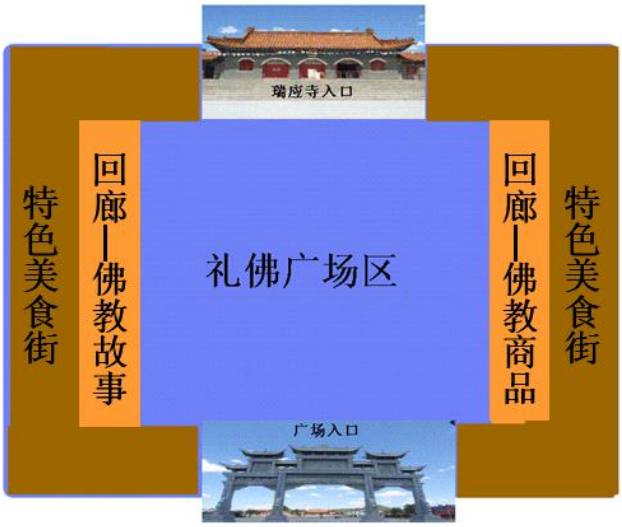

图 6-4 礼佛广场区规划示意图

礼佛广场区

瑞应寺作为藏传佛教地，是在东北大地传承发扬“东藏”的最大寺庙，其寺前广场也应该有丰富多样的节事活动表演。每年，每月，每周可以利用广场，设计法会，祭祀，祭典，信众拜佛活动，通过宏大的场面聚集人气。根据季节，为广场设计花团锦簇，寓意“鲜花供佛”。

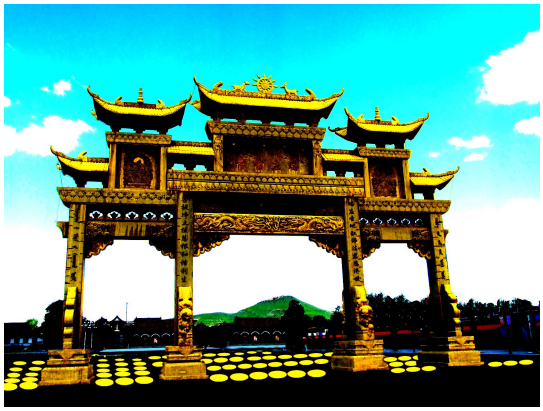

图 6-5 广场建造示意图

回廊东藏佛绘区

佛寺镇被当地人冠以“东北蒙古第一镇”。而蒙古族与藏传佛教，自古也有联系。因此，在回廊上可以绘制反映蒙古族与藏传佛教的光辉历程的壁画，千佛，佛传故事、听经图，文字等等。这样，既可供游人休憩，也可让游人观仰灿烂的文明。佛寺广场上可交混设计成汉蒙藏融合风格。回廊以四棱柱托起梁枋挑缘，以砖封檐平项，顶脊置铜制法轮，两侧金鹿，作闻法状。门外石墩，上插旗杆，

竖五色梵幡，这样可更添藏式建筑特色。在设计布局上，由于是在寺前正对门的广场上，不适合四合封闭型，可以考虑佛门前左右两侧纵向对称的开合式。

图 6-6 回廊设计示意图

回廊的柱子上可以包满绘满宗教图案的帷幕，回廊之内雕梁画栋，可以镶嵌着与宗教有关甚至具有连贯的佛教故事情节的雕塑。

回廊的基本功能是宗教文化展示、宗教建筑艺术欣赏和供游人小憩。同时回廊在中国建筑里的千变万化，也给人以无尽的想象和情思，既是连接美的纽带，也是驻留美的空间。同样的功能、作用以及空间过渡和虚实变化，可以将整个建筑群连接起来，既实用又美观，共同组成一种韵致，一种中国建筑的整体美感。如在回廊上再绘上金碧多彩的藏传佛教经典故事和图画，处处体现藏传佛教的教义、教旨，就会更加深化回廊的庄严肃穆。

特色小吃街区

在广场两旁建设特色小吃街区，食品特色鲜明，具有浓厚的当地特色，既包括东藏特色饮食，也包含蒙古草原美食，让来此休闲娱乐的游客在礼佛之余能够品尝到独特的当地美食，如喇嘛炖肉、蒙古馅饼、蒙古烤肉、蒙古奶茶等。

二、东梁温泉休闲区

（一）温泉概况

地热资源是“温泉产业”、“温泉旅游”及“温泉文化”的载体。东梁地热井规模出水温度 70° C,出水量 1200 立方米/天；最高日用水量 600 立方米/天；最大小时用水量 85 立方米/时；采暖总面积 30000 平方米。度假区距阜新市 10 公里，距阜锦高速公路出口 2 公里，锦阜公路、沈承铁路东西穿越，交通十分方便。

东梁地热将娱乐休闲、商务活动、健康理疗、农业体验、民俗采风及家居宜居融为一体，最大限度地满足周边游客养生、娱乐、自然、返璞归真的生理需求和心理需求。为佛事镇创造良好的经济与社会效益。

（二）规划内容

总规划用地面积135000平方米，建筑占地面积25400平方米，建筑面积35900平方米。主要包括温泉公园、养心园、康体中心、污水处理区、辅助用房等项目。

1、温泉公园、养心园

随着人民生活水平的提高，人们对旅游的需求量越来越大，而结合地热开发建成的温泉旅游，毋庸置疑将是倍受国内外游客青睐的焦点。阜新市有独特的宗教人文景观和自然景观，距沈阳、北京等大城市距离近，近年锦阜高速公路的开通，使到阜旅游的人猛增，保守推测每年可吸引游客 50 万人，建设温泉度假休闲旅游地，预计到温泉度假村的人数将在 10 万人以上。

2、康体中心

结合珍贵的地热资源，配备完善的基础设施，为旅游者特供全方位的康体享受，让旅游者在脱离城市喧嚣生活，呼吸乡村新鲜空气的同时能够强身健体。

3、污水处理区

响应国家的号召，保持新农村的可持续发展道路，利用高超的先进技术，将生活、工业污水进行加工处理，让其无污染排放，或研制成可以再循环利用的农业用水，让旅游者能够参观整个排污过程，了解国家先进的科学技术。

三、观光休闲农业区

（一）主入口大门

门口的设计主要有 3 种方案，分别采用写实或抽象的手法，体现瑞应寺佛寺、乡村休闲旅游的特色，突出旅游主题形象。第一种是用富有农家特色的造型大门迎接游客的光临。第二种是采用抽象的手法，用具有象征藏传佛教教义的典型人物图像。第三种用鲜活的果蔬呈现出景区的特产，靠近西泉眼水库盛产的各种鱼

类、农家的新鲜蔬果等。整体造型热闹，充满了丰收的喜悦。

（二）农林采摘区

建设佛事特色农业、林业采摘基地，如李、杏、梨、梅、葡萄等。春季观花，夏、秋季摘果，同时可形成相应的节庆活动，打造良好的采摘氛围。

（三）农庄花园区

农家乐园为现有农民住宅区，本规划对现有民房的院落进行了典型设计，分别为番茄采摘园、草莓采摘园、黄瓜采摘园，油菜地景观和樱桃采摘园等。各家各户可以根据自己的特长选择一类庭院，也可以形成其它特色的庭院，如食用菌种植园、煎饼作坊等。使人们在观光休闲采摘、制作的过程中感受乡村生活的丰富多彩，在休闲旅游中体验农村生活的质朴和欢愉。产权农庄：选择几户农家老屋出售给城里人，使之在乡村拥有一片小农庄作为躲避喧嚣、增进家庭成员感情的好去处。

（四）农户住宿区

佛寺镇是少数民族蒙古族人的聚居地，是“乌力格尔”（蒙古族说书）的故乡。可以根据其住宿起居与汉族及其他少数民族的区别打造佛寺镇独特的住宿景观，吸引游客体验住宿的乐趣，真正把农庄作为躲避喧嚣、增进家庭成员感情的家园。让现代城市居民体会农家的快乐。

图 6-7 观光休闲农业区

四、草原民俗区

（一）旅游进入区

佛寺镇是少数民族蒙古族人的聚居地，镇内百分之八十五都是蒙古人。游客进入“乌力格尔草原”，将会体验到蒙古人特有的豪爽，那是当地人欢迎远朋好友的特殊方式，让游客能体会到身在其境，乐在其中的独特风情。

（二）“敖包”区

敖包，最初是道路和境界的标志，起指路、辨别方向和行政区划的作用。在《大清会事例》、《理藩院.疆理》中记载：“游牧交界之处，无山河又为识别者，以石志，名曰：‘鄂博’”。此后，在蒙古族中又演变为神物，即使在寻常的旅途中，游客路经敖包都要下马膜拜。清人祁韵士诗云：“告虔祝庇雪和风，石畔施舍庙祀同。塞远天空望无际，行人膜拜过残丛。”蒙古族祭祀敖包并崇拜有加，大概缘于古代的祭圣山。祭圣山又与成吉思汗时代不无关系。据《蒙古秘史》记载：成吉思汗在早期被蔑尔乞特人追赶时，藏在不罕山里，蔑尔乞特人绕山三圈没有抓住成吉思汗。蔑尔乞特人远去，成吉思汗下山后说：“不罕山掩护了我，保住了我的性命，我将每天祭祀，每日祝祷，让我的子孙都知道这件事”。

图 6-8 敖包

（三）草原体验活动区

以对自然破坏程度最小、最能体悟大自然的接触方式，多视角展示佛事镇草原的风土人情，草原体验活动区位于佛事镇内。退耕还草建设地域广阔的草原体验活动区，在草原体验区为游客准备各种服务设施，游客可观览草原风光，拜访蒙古族牧民，品尝饶有风味的民族茶点。草原体验项目的主要活动有摔跤、赛马、射箭、套马、舞蹈等，草原体验区的蒙古包、饭店、茶馆、货点等构筑成一座风格独特的草原城市。

（四）蒙古包住宿区

蒙古包极具原真性，由顶毡、顶棚、围毡、外罩、毡门、毡门头、毡墙根、毡幕等组成。除此之外，蒙古包形状略同，大小不一，还有可拆卸和不可拆卸之分。蒙古包看起来外形虽小，但包内使用面积却很大，而且室内空气流通，采光条件好，冬暖夏凉，不怕风吹雨打，适合各类游客居住。几十个蒙古包聚在一起，如同城堡，十分壮观。游客寄居在蒙古包体验游牧民的生活方式和民族习性。

（五）蒙古特色美食区

蒙古同胞除了能歌善舞，在饮食上也是很讲究的。蒙古族的饮食大致分三大类，即肉食、奶食、粮食。烤羊腿、手扒肉、喇嘛炖肉、烤羊、大炸羊、烤羊腿、奶豆腐、蒙古包子、蒙古馅饼等是蒙古族的特色食品；民间还有稀奶油、奶皮子、煺毛整羊宴、熟烤羊、白菜羊肉卷、新苏饼、烘干大米饭等；蒙古族的奶茶有时还要加黄油、奶皮子和炒米等，其味芳香、咸爽可口，是含有多种营养成分的滋补饮料；蒙古族还喜欢将很多野生植物的果实、叶子、花都用于煮奶茶，煮好的奶茶风味各异，有的还能防病治病。这些美食只要你身处“乌力格尔草原”就能饱享口福了。

（六）“乌力格尔草原”纪念品区

蒙古刀、蒙古碗、结盟杯、蒙古包模型是当地很有名的小纪念品。体验“乌

力格尔草原”时，一些小纪念品更会让人有一种意犹未尽的感觉。木雕工艺品、牛角工艺品和俄罗斯工艺品都能够给游客勾画出一幅蒙古族画卷。

图 6-9 草原民俗区

五、旅游服务区

（一）游客服务中心

根据建筑外观进行改造，形成游客服务中心，既可在外观上增加变化，同时，又可满足部分餐饮、娱乐及住宿的需要。同时结合游客服务中心外墙设计乡村文化墙，以浮雕墙形式展示我国农耕文化的历史画卷。除此之外，成立医疗救护小组，为游客在游览的同时提供安全保障。

（二）停车场

为了方便自驾车游客前来游憩，规划停车场建设要以原生态为基准，不能破坏佛事区的整体建筑风格和建筑原则，原停车场严重的破坏了宗教圣地的严肃性和整体风貌，应尽快取消。

第七章 旅游发展重点建设项目

立足于功能分区，依托佛教资源基础，重点打造瑞应寺原貌复原旅游项目、退耕还草草原旅游风景区项目、生态农业观光休闲项目、旅游服务区项目等重点项目，以最快速度形成完善的旅游体系。

一、瑞应寺旅游项目

瑞应寺是佛寺镇旅游展开的龙头，在注重保护宝贵的宗教文化的同时，需要注重软件开发，策划各种节目，如开发文化体验型产品，转化成可体验的文化、可参与的活动、可消费的项目。

（一）瑞应寺原貌复原项目

瑞应寺是一座完整的清代宗教藏式建筑群，坐落在山峦起伏、古木参天的盆地上，方圆十里有余，楼台殿阁密布，街巷纵横，寺院、僧舍错落，各成体系。寺院坐北朝南，占地面积 6 平方公里，与佛寺水库遥遥相望。寺周岗岭环抱，寺中雕梁画栋，庄严壮观，总体结构严谨。瑞应寺几经扩建、续建，其规模逐渐宏大壮观。

现瑞应寺进行的原貌复原项目是开展宗教文化旅游的基础及亮点，瑞应寺的萨尼特扎仓（因明僧学院）、曼巴扎仓（即医学院）、阿布巴扎仓（密宗学院）、丁科尔扎会（时轮学院）、德丹阙凌等建筑需按历史原貌复原，向旅游者展示最真实的宗教文化内涵。近十年，恢复重建了钟楼、鼓楼、转经亭、天王殿、活佛宫、长寿塔、九大臣祈愿殿、白塔、山门等重要建筑；修缮了大雄宝殿、藏经阁；大型综合楼已竣工使用，法相学院大殿复建，历时三年竣工，殿内雕梁画栋，富丽堂皇，内供 12 米高巨佛，是我国北方最大的藏传佛教寺庙大殿。

瑞应寺的原貌恢复项目应以绕寺一周的环寺路内为重点，进行环寺路内原貌的恢复重建。

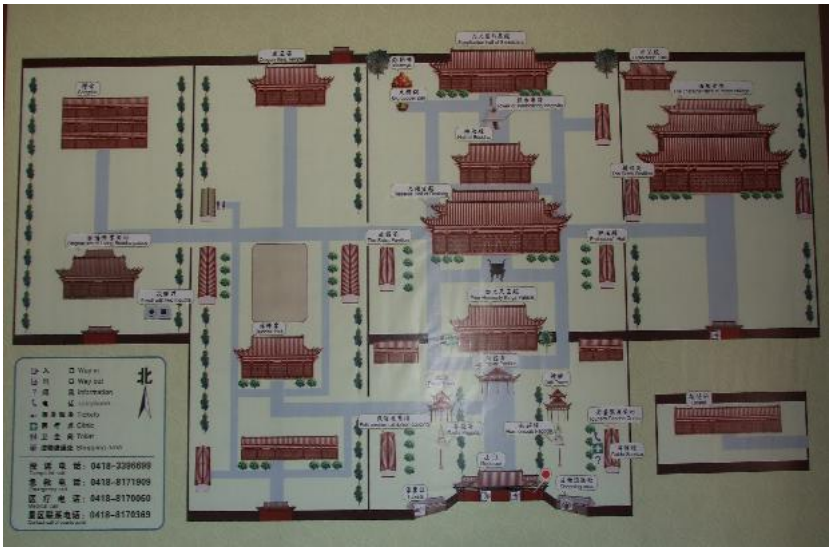

图 7-1 瑞应寺布局图

图 7-2 瑞应寺原貌

（二）文化体验产品项目

瑞应寺第七世察罕迪延奇呼图格图洛桑·义希成来坚措活佛是东蒙地区唯一一位活佛，每逢周二、周四、周六及周日都会前来为信众开导解答，深受信众爱戴。同时瑞应寺有众多法会活动，让游客亲身接受活佛赐福、参与法会活动，开发宗教文化体验产品，如农历每月初一举行诵《药师佛经》，为众生消灾、祛病、延寿活动；农历每月初八举行诵《二十一度母经》等，为消灾祈福，为无子嗣者求子活动；农历四月初一至十五主供观世音菩萨，祈愿恶趣众生早日脱离苦海，为其消罪增福活动等。

（三）文化教育培训项目

瑞应寺佛教文化可以进行深度开发，即借助于佛学的慈悲、和谐、大智慧等文化思想，根据和谐社会的政治需要、现实感恩教育和国学热的市场需求，与辽宁大学佛学研究中心、商学院等机构合作开发以佛学为内核的各种文化教育培训项目，使瑞应寺成为东北地区独一无二的佛学文化教育培训基地，从而成为瑞应寺重要的经济增长点。

（四）广场休闲区建设项目

1、广场

充分利用广场，设计法会，祭祀，祭典，信众拜佛等文化体验产品，通过宏大的场面聚集人气。根据季节变化，将广场设计成花团锦簇，寓意“鲜花供佛”。

2、回廊

在广场两侧的回廊上绘制反映蒙古族与藏传佛教的光辉历程的壁画，千佛，佛传故事、听经图，文字等等。既可供游人休憩，也可让游人观赏灿烂的佛教文明。佛寺广场上可交混设计成汉蒙藏融合风格。回廊以四楞柱托起梁枋挑缘，以砖封檐平项，顶脊置铜制法轮，两侧金鹿，作闻法状。门外石墩，上插旗杆， 竖五色梵幡，增添藏式建筑特色。在设计布局上，由于寺前正对门的广场上，不适合四合封闭型。可以考虑采用佛门前左右两侧纵向对称的开合式。

3、特色小吃街

在广场两旁设有特色小吃街区，食品应特色鲜明，具有浓厚的当地的特色，既包括东藏特色饮食，也包含蒙古草原美食，来此休闲娱乐的游客在礼佛之余还能够品尝到独特的当地美食，如喇嘛炖肉、蒙古馅饼、蒙古烤肉、蒙古奶茶等。

二、草原旅游风情区项目

（一）祭敖包项目

敖包，在蒙古族中演变为神物，即使在寻常的旅途中，路经敖包都要下马膜拜。敖包是一种土殿堂，可以在每年一定时期，一般在农历五月或七月，组织游

客祭祀敖包，蒙古族称为地方神，祈祷牲畜发展，人丁兴旺，让游客充分体验蒙古族的传统文化。

（二）草原体验活动项目

旅游者与草原的紧密接触活动，如骑马、摔跤等蒙古族特色的活动。也可举办草原的那达慕大会，让游客参与摔跤、赛马、射箭、赛布鲁、套马、下蒙古棋等民族传统项目，还有田径、拔河、排球、篮球等体育竞赛项目。此外，还要设计武术、马球、骑马 、射箭、乘马斩劈、马竞走、乘马技巧运动、精彩表演。当夜幕降临，草原上飘荡着悠扬激昂的马头琴声，篝火旁男女青年轻歌曼舞，让游客沉浸在节日的欢乐之中。

（三）蒙古包住宿完善项目

在原有蒙古包的基础上，整修完善蒙古包住宿设施建设，让游客体验蒙古族特有的居住建筑，让游客学习蒙古包的文化，如做包学问、物品陈设位置、构造特点等方面。另外可以组织游客进行休闲娱乐活动，如蒙古包的拆卸安装比赛等活动。

（四）蒙古族特色美食区建设项目

蒙古同胞除了能歌善舞，在饮食上也很讲究。规划一个区域展示蒙古特色美食，让游客不虚此行，尝遍蒙古族的美食，如烤羊腿、手把肉、喇嘛炖肉、蒙古馅饼、煺毛整羊宴、白菜羊肉卷、新苏饼、烘干大米饭、风味奶茶等。

（五）“乌力格尔草原”纪念品区项目

为给游客留下更长久的深刻印象，建设小纪念品市场，如蒙古刀、蒙古碗、结盟杯、蒙古包模型、木雕工艺品、牛角工艺品和俄罗斯工艺品、玛瑙工艺品等，延长佛寺镇旅游产业链。

三、生态农业观光休闲项目

（一）特色采摘区项目

农家乐中采摘活动是较常见的，在开展项目时要突出休闲等特色，在采摘李子、杏、梨等水果时开展竞赛游戏，让游客参与相应的节庆活动，形成良好的采摘氛围。

对现有民房的院落进行典型设计，分别为番茄采摘园、草莓采摘园、黄瓜采摘园，油菜地景观和樱桃采摘等。各家各户可以根据自己的特长选择一类庭院，也可以形成其它特色的庭院，如食用菌种植、煎饼作坊等。使人们在观光休闲采摘、制作的过程中感受乡村生活的丰富多彩，在休闲旅游中体验农村生活的质朴和欢愉；也可以创办产权农庄：选择几户农家老屋出售给城里人，使之在乡村拥有一片小农庄作为躲避喧嚣、增进家庭成员感情的好去处。

（二）农户住宿区建设项目

佛寺镇是少数民族蒙古族人的聚居地，是“乌力格尔”（蒙古族说书）的故乡。那么可以利用住宿起居与汉族及其他少数民族的区别打造佛寺镇独特的住宿景观，吸引游客体验住宿的乐趣，真正把农庄作为躲避城市喧嚣、增进家庭成员感情的好去处，让现代城市居民体会农家的快乐。

四、旅游服务区项目

（一）游客服务中心建设项目

根据建筑外观进行改造，形成游客服务中心，既可在立面外观上增加变化，同时，又可满足部分餐饮、娱乐及住宿的需要。同时结合游客服务中心外墙设计乡村文化墙，以浮雕墙的形式展示我国农耕文化的历史画卷。除此之外，成立医疗救护小组，为游客在游览同时提供安全保障。

（二）停车场整修项目

为了方便自驾车游客前来游憩，在休闲广场的西南方规划停车场。现有停车场尽快拆迁，新建停车场的整体风格与瑞应寺的风格保持一致，不能出现建筑风格的不协调，让游客从进入服务区就能领略佛寺镇宗教文化特色。

（三）自驾车营地项目

创新建设草原体验行项目。依托旅游交通干线和风景优美之地，自驾车旅游必然会带来自驾车营地的发展。在瑞应寺旅游景区附近开设有一定场地和设施条件,可以为自驾车爱好者提供自助或半自助服务的，具有特定主题复合功能的旅游场所，建设自驾车营地项目。其主要服务包括住宿、露营、越野、休闲、餐饮、娱乐、汽车保养与维护、汽车租赁、度假、户外运动、信息服务、医疗与救援等。

第八章 旅游服务设施规划

旅游服务设施系统是直接面对旅游者的旅游服务实体，它们的品质优劣直接影响到旅游者的旅游质量，其规划内容应对现状、开发形式及内容进行综合分析，旅游服务设施建设应与整个区域的规划方向相一致，在满足游览基本要求的前提下，完善现有区域内的旅游服务设施，形成旅游服务中心。

佛寺镇内外旅游服务设施建设在外观、材料和尺度方面，要结合景点具体的旅游项目，尊重当地佛教资源特征和地域文化特征，反映出当地旅游特色，与风景环境相协调。建设有特色的住宿、餐饮等各种服务设施，提升佛寺镇旅游区的知名度，实现吸引游客的目的。

一、旅游接待设施规划

（一）住宿设施建设规划

1、规划原则

宾馆、饭店等旅游住宿设施的发展规划应遵循了以下几个基本原则：

（1）在重点旅游区/点(瑞应寺)和旅游主干线上的重要节点设置相应规模和档次的旅游住宿设施。

（2）除在重点景区规划建设一定规模的宾馆设施以外，在佛寺镇内发展以当地民居接待、环保生态住宿、青年旅社等为主，具有浓郁地方特色的旅游住宿服务设施。

（3）住宿设施档次以佛寺镇的旅游目标市场和旅游方式为依据，适度超前。

（4）控制总量、改善结构、合理布局的建设原则。

2、规划目标

根据对佛寺镇旅游住宿设施的调查结果和其旅游发展目标，做出佛寺镇旅游住宿设施的发展规划目标。预计到 2012 年，佛寺镇共需旅游住宿床位 1500 个；到 2015 年需旅游住宿床位 3000 个。

住宿规划重点要突出当地文化特色，以佛寺镇及瑞应寺等景区附近区域接待设施为基础，形成以文化主题酒店为带头品牌、以经济酒店和青年旅舍为主体、

以农家旅馆为补充、以特色住宿接待为点缀的特色旅游住宿接待业。

3、规划项目

（1）规划建设 1-2 个地标性文化主题酒店，融入佛寺镇的佛教文化及地域文化。

（2）近期规划佛寺镇引资建设经济型酒店；在旅游骨干交通沿线，规划建设汽车旅馆和汽车营地；依托村镇、景区，规划建设乡村旅馆、家庭旅馆，发展农家乐旅游。

（3）重点进行结构布局调整和质量提升，形成与旅游产业总量相匹配的旅游住宿设施体系。

（4）在新建和改造宾馆的同时，要注重提高宾馆的服务质量，使宾馆的硬件设施和服务水平都达到相应等级宾馆的要求。

（二）餐饮服务设施规划

规划旅游服务设施建设方面，应着力发展旅游餐饮业，充分挖掘地域自身的优势和特色，打造独特的饮食文化品牌，更好的提升区域旅游吸引力和知名度，拓展市场。

1、规划目标

依托佛寺镇的地域文化资源，形成以主题文化餐厅为龙头、特色餐饮及旅游快餐点为补充的旅游餐饮体系，打造特色餐饮业；统一培训，提供高质量服务。

2、规划项目

（1）主题餐厅规划可以分为佛家食主题、蒙古特色菜主题等主题餐厅，从建筑风格到内部装饰、到服务人员着装及言谈，都要与主题相契合。

（2）特色文化及乡土餐饮

重点建设佛寺镇旅游特色餐饮一条街、文化饮食广场、特色夜市街等特色餐饮小吃等场所，展现地域特色。

（3）旅游快餐点

从当地居民中进行双向选择，以自愿为前提，形成当地社区参与的、规范化的旅游快餐点，为游客及当地居民提供方便。主要在各旅游公交车站、旅游公路主要出入口、景区景点附近。

二、旅游交通配套服务

旅游道路交通的状况直接影响旅游目的地区域的可进入性和区域内各旅游景区的可进入性，为实现本规划提出的旅游发展目标，保证佛寺镇旅游发展战略能在具体操作上得以充分贯彻，交通等旅游基础设施就必须制定与之相适应的发展规划，从对外交通规划、内部交通组织规划、旅游区内道路形式规划三方面考虑。

（一）规划目标

本规划以保证佛寺镇旅游业健康发展为目标，密切结合交通发展规划，建设面向全国发展、重点营建省际间畅通、加强巩固市县间及重点景区间联系的完善的交通体系。

（二）规划项目

1、对外交通规划：加强佛寺镇及阜新市蒙古族自治县连接骨干公路网络的断头路和连接线建设，同时配套建设停车场、加油站、汽修点等服务设施和旅游交通标识，完善主要旅游通道的安防设施和交通标识。

加快干线旅游公路和旅游区公路沿线的绿化、美化工程，同时完善道路的各项设施、标识，形成安全、愉悦的道路交通系统，树立佛寺镇良好的旅游形象。

2、内部交通组织规划：完善汽车客运站的旅游服务功能，瑞应寺等主要景区附近的交通服务中心的配套设施的建设风格要与景区特点协调一致。

以瑞应寺景区为重点，规划建设自驾车旅游配套服务体系，完善旅游交通集散功能。

3、旅游区内道路形式规划：引入市场机制，扶植并发展旅游汽车服务公司，开通通往主要景区的旅游专线车，开辟一日游、两日游等旅游专线。

三、购物旅游项目规划

（一）规划目标

购物服务规划目标为突出地方特色，重点打造玛瑙、佛教纪念品、蒙古族文化纪念品、当地特色的农副产品等旅游购物商品，做精做大购物商品，使旅游观念由旅游购物转变为购物旅游。

（二）规划项目

1、依托原有购物品加工公司，深度挖掘玛瑙及当地宗教文化、民俗文化内涵，丰富佛寺镇旅游商品市场。

2、构建旅游商品生产和购物网络载体，促进旅游商品生产和销售提档升级。

3、依托旅游城镇规划兴建特色旅游商品购物街或市场，重点建设玛瑙、佛教纪念品、蒙古族特色纪念品、当地特色农副产品等旅游商品街等项目。

4.依托景区结合游客中心建设，配套旅游商品销售网点，建设规模和风格应符合规划要求。

5.加强旅游商品研发的知识产权保护，激发企业和个人自主研发能力，加强行业自律，提高旅游购物业整体服务质量。

四、文娱服务设施建设

（一）规划目标

规划目标是依托佛寺镇佛教文化和地域文化，重点打造佛教文化传播、体验蒙古族文化内涵、参与民俗节事、户外运动等文娱产品，以拉长和延伸旅游产业链，带动全县相关产业提升。

（二）规划项目

1、定期举办佛教等节事活动，让游客领悟藏传佛教的文化真谛，扩大影响

力，提高其品牌知名度。

2、修建文化广场，举办蒙古族的主题演艺、旅游赛事、户外运动等系列旅游产品。

3、扩大蒙语等蒙古族特色文化传播，创办蒙语协会、举办趣味地方语言比赛、提升民俗庙会等传统节事，积极承办重大节庆会展活动。

4、丰富旅游娱乐项目，融入佛教艺术和蒙古族历史人文，打造系列主题晚会、专场表演，丰富游客的夜生活，加强文化和娱乐产业建设。

表 8-1 阜新市蒙古族自治县旅游服务设施配置规划

类别	建设项目	服务设施配置规模		
		2009—2012	2013—2015	2016—2020
商业、饮食业设施	旅游百货、食品类商店	2	4	10
	旅游综合类商店	1	2	5
	旅游器材类商店	P	S	S
	旅游服务类商店	1	3	5
文化娱乐设施	游人中心	S	1	2
	文化广场 400-800 平米	S	1	1
	青年中心	/	P	1
体育运动设施	民俗体育活动场 1000 平米	P	1	1
管理、医疗等设施	行政管理中心	S	S	S
	旅游咨询服务	S	S	S
	邮电所	S	S	S
	消防队	S	S	S
	派出所	S	S	S
	维修站	S	S	S
	医疗诊所（平米）	50	100	100

S：应该设置　　P：可以设置

第九章 旅游项目开发战略

一、项目开发整合战略

牢固树立和认真落实科学发展观，促进地区经济、社会、生态的可持续发展，全面建设和谐社会新农村是佛寺镇发展旅游业的指导思想。科学确定佛寺镇旅游发展战略目标、形象定位、空间布局、基础设施建设等重要内容，以加快发展为主题、生态资源为依托、招商引资为途径，大力培养旅游业的核心竞争力，使旅游业的经济效益、社会效益和环境效益全面显现出来，为当地经济社会发展和当地居民生活带来实际利益，走出一条有鲜明特色的新农村旅游产业发展之路。

（一）营销观念整合模式

1、绿色营销观念

绿色营销是一种能辨识、预期及符合消费的社会需求,并且可带来利润及永续经营的管理过程。绿色营销观念认为，旅游地在营销活动中，要顺应时代可持续发展战略的要求，注重地球生态环境保护，促进经济与生态环境协调发展，以实现旅游地的经济利益、旅游者利益、社会利益及生态环境利益的协调统一。绿色营销是以满足旅游者和旅游地的开发者的共同利益为目的的社会绿色需求管理,以保护生态环境为宗旨的绿色市场营销模式。佛寺镇拥有优良的自然资源、这些丰富的资源为佛寺镇创造出了天然的优良旅游环境。因此，佛寺镇要坚持绿色营销观念。

2、生态营销观念

生态学营销观念是强调市场需求与满足需求的资源相一致的经营指导思想。生态学营销观念认为，一个旅游地如同生物有机体一样，要依赖于周围环境才能获得生存，所以旅游地必须充分利用自己的优势，提供既符合旅游者需要又能发挥自身特长的产品。根据生态学营销观念，瑞应寺在制定营销策略时，不能只片面追求满足旅游者需求，而需要扬长避短，创造优势，不能不顾及佛教传统，肆意打造迎合旅游者的旅游设施，或是在影响了瑞应寺寺庙正常的作息时间而提供给游客服务。一切旅游营销策略都应该以保护生态或是传统为基础。

3、区域营销观念

区域营销策略是指地区决策层高度重视的、在区域形象统帅下的、各相关组织协力推进的，对于旅游地范围内具有整体性、公共性、战略性，能够体现旅游地独特卖点而进行的一切营销推广活动。对于瑞应寺，区域营销观念是指瑞应寺作为营销区域，将其视为一个概念上的旅游企业，将区域内的各种旅游资源，包括宗教、祈福、请愿等产品向旅游者出售，首先对瑞应寺进行整体形象塑造，然后利用有效地手段进行目的地传播、产品推广，以此来吸引旅游者的进入。

4、全员营销观念

全员营销是指企业所有员工对企业的产品、价格、渠道、促销(4P)和需求、成本、便利、服务(4C)等可控因素进行互相配合，最佳组合以满足顾客的各项需求；同时全体员工应以营销部门为核心，研发、生产、财务、行政、物流等各部门统一以市场为中心，以顾客为导向，进行营销管理。对于佛寺镇旅游营销来说，就是要求所有工作者关注或参加佛寺镇旅游的整个营销活动的分析、规划和控制，尽量为旅游者创造最大的旅游体验，使旅游者满意度最大化，使佛寺镇从中获得竞争力，并获得长期利润及长远发展。

5、个性营销观念

个性营销是随着社会经济的发展，市场进一步细分化和个性化的必然要求，它强调当今企业须满足顾客个性化的需求，代表着当今企业营销的理论和实践发展的新趋势，是适用于 21 世纪新经济条件下的一种营销思想。对于瑞应寺来说，主要包括两方面：一方面佛寺镇的营销要有自己的个性、用自己的特色创造出需求吸引旅游者；另一方面是全方位地满足旅游者的个性化需求。

6、整合营销观念

整合营销观念就是对绿色营销观念、生态营销观念、区域营销观念、全员营销观念、个性营销观念五种营销观念的整合，以达到总体营销效果最大化的目标。整合营销观念要求我们用一种开放的思维、创新的理念来经营市场，经营顾客。整合营销观念已经超越了传统意义上的营销思维和理念，要求我们不仅在市场环境的角度进行营销，（也就是传统意义的以追求利润最大化为目标），同时还要考虑非市场环境下的营销，营销的主体不仅包括顾客、还包括政府、社区、环保组织、宗教团体，新闻媒体等，对这类利益相关者的营销能够使我们获得相较于竞争对手的独特优势，也就是和利益相关者的关系优势，良好的关系可以为我们赢

得声誉、社会知名度和支持等，同时这些关系是竞争对手在短时间内难以模仿到的，甚至是不能模仿。

（二）项目总体形象定位

对于瑞应寺的整体形象定位，可以从两个方面的来确定。

1.信众

对于信众，就是固定会在佛事这些固定时间前来瑞应寺的人，瑞应寺在这些人的心目中就是一个可以祭拜和朝圣的圣地。

2.俗家人

对于那些不信的人或者半信不信的人（我们称为俗家人），也就是所说的一般的旅游者，瑞应寺在他们心目中是一个可以领略藏教文化的旅游胜地。

（三）目标市场属性定位

目标市场的属性可以依据地理位置、旅游动机、消费偏好、人口特征等进行分类，根据本规划的特性，我们从地理位置和旅游动机两个角度进行分类:（新加内容）

1、按照地理位置划分

佛寺镇的新闻营销在传播范围上可主要是东北三省，北京，内蒙，山东，天津等省份，因这几个省份是佛寺镇的主要客源地。 甚至，可以传播去韩国，日本，俄罗斯等国。

2、按照旅游动机因素划分

前往佛寺镇旅游的主要动机有：

（1）祭拜。这主要是对于信众来说的，这部分人主要参加瑞应寺的大大小小法事活动；

（2）探亲访友：主要是随当地亲属朋友一同游玩，本地市场顾客不容忽视。

（3）观光旅游：国内国外顾客群体、所占比例最大。

（4）公务旅游：主要是企事业单位、国外游客等

（5）奖励旅游：主要是对企事业单位和国外游客，这部分人是我们不可忽视的重要市场力量。

（四）市场营销战略组合

1、围绕佛事的节事旅游营销战略

（1）节事旅游营销的要点

节事旅游营销的重点是宣传和基础设施的完善。

对于信众，也就是那些对于佛事、节事十分了解的人们，宣传工作可以减少，但针对这些信众，基础设施必须要充分完善，比如住宿、餐饮，甚至是交通，要方便这些信众前往瑞应寺祭拜。

对于俗家人，也就是大部分的旅游者，主要是要加大宣传力度，着力宣传参与度高的节事项目，让大部分的旅游者可以和当地的居民产生互动，推进“体验式”的旅游形式。

（2）节事旅游营销的条件

第一，完善“硬件”——基础实施。随着瑞应寺的修缮工作的竣工，瑞应寺基本已经恢复其原始风貌，给人们以回归的感觉。并且，对于周边的基础设施建设上，应该在不影响瑞应寺活动的基础上尽量完善，如一些住宿、餐饮等设施都应具备。

第二，提升“软件”——法会的宣传。瑞应寺每年大大小小的法会 12 个（如下图），对于发展节事旅游提供了充分的资源条件，瑞应寺还有属于自己的宣传网页，供人们了解瑞应寺。除此之外，还应当在各大地方电视台和报纸上进行宣传，让更多的人，信众或是俗家人都能了解瑞应寺的各个法会。

2、基于蒙古族文化的体验式旅游营销战略

（1）体验式旅游营销的要点

随着旅游的不断发展和人们对于旅游需求的不断变化，体验既是旅游者的需求，也是旅游地和旅游企业提供的产品，旅游者特别是参与式旅游者尤其重视个性化体验，旅游体验营销是个性化的营销过程。它强调旅游资源、文化资源和艺术资源的整合与交融，使旅游营销活动由生硬的过程转变为温馨的、互动的人性化过程。

瑞应寺所在的佛寺镇，汇集着丰富的、纯正的蒙古族文化，对于文化旅游的最好营销模式就是体验式的旅游方式，让旅游者在旅游过程中亲自参与到这个文化的具体表现中，比如，参与赛马、摔跤，品尝蒙古族特色食物等，都会让旅游

者对于蒙古族文化有一个更深的了解，并在旅游结束后能够获得最大的满足感。

（2）体验式旅游营销的条件

首先，培养体验文化。对于瑞应寺及周边地方来说，培养良好的体验文化，塑造先进的体验营销理念，使其深入佛寺镇及周边地方的每一个角落，体验营销策略才能真正执行下去。

其次，设计有针对性的体验主题。瑞应寺及周边地方具备了很好的设计体验的条件，比如，可以同时塑造两个主题——藏教文化体验和蒙古族文化体验。主题营销是一种营销的方向，主题概念的灌输为我们营销的整体性推动起了保护的作用，在设计体验主题时最重要的就是一定要做到主题鲜明。

第三，一切从旅游者心理出发。体验式的旅游最终是要清楚旅游者想要什么，喜欢什么，厌恶什么。在体验经济中，旅游者付费的不是产品和服务，而是时间，当他购买一种体验时，买的是享受。因此说，体验式旅游营销一定要在旅游者心理基础之上进行。

二、旅游项目体系策划

（一）空间布局总体开发战略

佛寺镇的六大产品体系在空间布局上的地理位置是特殊的，基本表现为“一核、两翼、三环”独特结构。对于所在“核”、“翼”、“环”上的不同的产品体系应该采用不同的策略。

1、“一核”

佛寺镇把旅游产业作为其支柱产业，是因为有其核心的旅游资源——“七世活佛”。作为东北地区最大的和最具有影响力的藏传佛教寺院，瑞应寺有过它历史上的壮美辉煌，在民间素有“东藏”的美誉。然而，由于历史的原因，千年古刹遭到了毁灭性的破坏。历经半个多世纪飘摇风雨，十年前，瑞应寺终于迎来了第七世活佛。这是瑞应寺当地众生的福报，更是党的宗教政策落实的硕果。

瑞应寺第七世察汗殿齐·洛桑·义希成来坚措活佛，荣幸地成为了“文革”后落实党的宗教政策以来，由国务院宗教局批准的东北及内蒙古地区第一位，也是目前唯一的一位活佛。活佛的唯一性便成为了佛寺镇旅游资源独特性的重要筹

码，也正是因为这个唯一性，才对旅游者求新求奇的心理带来了巨大的吸引力，因此在对佛寺镇旅游进行打造和宣传时，要紧抓活佛这个核心旅游产品，只有活佛这一独特的旅游资源才能在市场竞争中处于不败之地，同时也不会被竞争对手进行资源的复制。对于佛寺院的建设应是紧紧围绕活佛这一核心来打造，其装饰、信仰、服饰等体现的应是蒙古族文化的原真性。

2、“二翼”

“草原民俗区”和“地热观光区”选址在佛寺院的东南方向，二者之间相隔一条公路。在对这两个产品系列进行打造时可以采用整合营销或是联合营销的营销策略。

为了让游客能够更好地体验蒙古族的习俗文化，草原是必不可少的。佛寺镇历史悠久，“乌力格尔草原”就是根据一个美丽而感人的传说而打造出来的。由于内蒙古的草原早就名扬中外，为了不造成旅游市场的恶性竞争和旅游资源的浪费，营销管理者应采取独特创新的营销方式：

（1）加强“乌力格尔草原”硬件和软件设施建设，着力营造良好的节庆氛围。

（2）准确市场定位和加强整体形象促销。“乌力格尔草原”可以首先定位于与佛寺镇有着密切交通来往的地区，之后逐渐延伸到南方市场，同时着眼于国际市场。整体形象宣传时一定要让游客相信在非内蒙古地区也可以体验到原真性的蒙古族风情。

（3）大力开发当地特色的旅游纪念品。

（4）时空布局的合理化。

（5）对旅游节庆进行包装和促销，打造精品旅游节。

（6）鼓励当地居民参与。

（7）政府搭台，企业唱戏，建立健全的宏观管理体制。

“东梁地热”观光休闲区与“乌力格尔草原”相辅相成。当游客在草原上尽情的享受到蒙古族风情后或许有疲乏之感，那么“地热观光区”便是游客良好的休闲、健身场所。同时在“地热观光区”休闲之后的游客精力充沛，会有去“乌力格尔草原”饱览风情的念头。这种双赢的局面势必让营销者采用联合营销或是整合营销的营销策略。诚然，二者在某种程度上会构成竞争者，政府便应发挥其

职能，采取有效的调控手段，使其良性竞争，互相促进，最终达到共同进步的目的。

3、“三环”

围绕在“瑞应寺旅游区”的便是“广场休闲区”、“旅游服务区”、“观光农业区”。旅游者来到瑞应寺是出于对活佛的求奇，对蒙古族文化的求新，但是其周围的休闲、观光、服务区都是必不可少的。对它们进行整合营销的同时也要对对应的区域采取特定的营销策略。

广场休闲区

首先是注重广场的设计和两旁长廊的装潢，要符合蒙古族特色。其次是政府的适当调控，在保证良好镇容的基础上建立商业区。商业区内的吃、住、行、游、购所体现的应是蒙古族的原真性，同时商业区要保证足够的参与性和开放性以让游客能够更好地参与到当地的特色文化当中。第三要大力贯彻可持续发展的营销策略。旅游产品体系的设施投资和商业开发不仅是追求经济利益，而是站在可持续发展的角度进行开发。

观光农业区

首先要注重地方特色。农业观光区所提供的采摘果实应是佛寺镇的特色产品，农庄花园的建设应是符合蒙古族特色，建成特色的蒙古族农庄，旅游者住宿应是纯正的蒙古包。其次要注重生态效益，防止过度采摘。第三是重温蒙古族的农业历史风情。第四要严格遵守蒙古族休闲服务风情，如蒙古族停车规则。最后是语言的专业化，服务人员精通蒙汗双语。

（二）客源市场导向的项目开发策略

不同客源地由于存在距离的差异，因此在进行营销的时候对不同的客源市场采取不同的营销策略。

表 9-1 客源市场导向的项目开发策略

目标市场	区域范围	营销模式	项目类型	营销策略
中 远	国际 市场、	依托 目的	文化遗产观 光型体验产	1.打造阜新旅游大市场； 2. 建设网络化的旅游线路；

程市场	国内远程市场	地模式	品；自然生态观光型体验产品	3.推广佛寺镇旅游形象口号和标志；4.与客源媒体合力制作佛寺镇旅游宣传片；5.与客源地电视台联谊，推介佛寺镇文化旅游资源；6.邀请旅游中间商和媒体记者参加深度体验旅游，争取最大限度的媒体曝光度。
		品牌引领模式	艺术创意产品主题度假产品会展旅游产品国际赛事产品	
进程市场	本地及周边休闲市场	客源地轰炸模式	户外乡村民俗休闲产品；运动产品；文化生态休闲产品	1.完善自驾车旅游的各项服务设施，加快风景道的建设和联网，为游客提供实用的自驾车旅行路线图及景点指南；2.周边城市旅游交通便捷化，变空间概念为时间概念；3.大众性的报刊、各地方电视台、广播广告的宣传方式；4.周边省市内各居民区内开展包车旅游。
专项市场	自驾车、特殊兴趣市场	营造热点，创意广告模式		1.针对专项市场，扩大宣传攻势；2.积极组织摄影师、明星学者出版佛寺镇图册及辽东文化相关书籍；3.采用轰炸式营销，以事造势，广告宣传重在创意，并与专项市场消费特征充分匹配。

（三）旅游主题导向的项目开发策略

表 9-2 旅游主题导向的项目开发策略

主题	项目系列	目标顾客细分	针对性营销策略

		市场	
宗教	1 西藏六字真言，修行悟道 2 藏族的藏历年 3 藏族的雪顿节 4 藏族六月六歌舞会 5 西藏的燃灯节 6 欢乐的金东牧人节 7 西藏冬日节庆 8 雪域高原的花灯节	佛教信徒和祈福者及俗家人	1.针对特点顾客群，采取差别化营销； 2.与宗教部门、宗教用品商店等佛教信徒聚焦区进行宣传
民俗文化	1 佛教文化习俗 2 蒙古族文化习俗 3 辽东文化习俗	国际友人、国内各民族文化工作者、爱好者	1.积极组织摄影师、画家、文化工作者在旅游区举办各种研讨会等； 2.新闻媒体积极的广告宣传、地方政府的积极配合
温泉	1 温泉美容浴 2 温泉养生浴 3 温泉疗养浴 4 温泉文化浴 5 参观地热	商界白领、成功人士、老年人、文艺工作者等各类人群，依据细分项目对顾客差别化	采用轰炸式营销，以事造势，广告宣传重在创意，并与专项市场消费特征充分匹配。
草原	1 草原牧马 2 草原赛马 3 草原歌舞晚会 4 草原宴会 5 敖包祭拜、 6 蒙古节庆表演、 7 草原马背浪漫之旅	以青年人为主（朋友、情侣、家庭）	1.针对青年人这个细分市场，扩大宣传攻势；包括大专院校、各企事业单位，主要是媒体宣传

农业	1重温蒙古族的农业历史风情 2 采摘果实 3 植物种植 4.科学揭秘 5 参观农务、 6 体验农事、 7 农户住宿	目标顾客群广泛	1.中小学科普知识宣传，主要是有地方政府的积极参与、扶持 2.新闻媒体积极的广告宣传、地方政府的积极配合

第十章 旅游商品开发规划

一、旅游商品开发资源

旅游商品包括各种旅游纪念品、旅游工艺品、食品饮品、土特产及旅游常用品（旅游者旅途中常用的各种日用品）等。旅游购物是旅游六大要素消费中弹性系数最大的一个，同时也是我国旅游消费链中的薄弱环节。目前佛寺镇旅游商品的开发总体上仍处在起步阶段。

（一）佛寺镇旅游商品资源条件

佛寺镇旅游商品资源较为丰富，可以分为以下几类。

1、生态农产品

佛寺镇的松树花粉是顶级药材，采摘容易，加工简单，另外还盛产玉米、花生、大豆、杂粮、杏等农产品。

2、特色小吃

佛寺镇的特色小吃众多，分为肉食、奶食、粮食。包括烤羊腿、手扒肉、喇嘛炖肉、烤羊、大炸羊、烤羊腿、奶豆腐、蒙古包子、蒙古馅饼等，都是蒙古族的特色食品；民间还有稀奶油、奶皮子、煺毛整羊宴、熟烤羊、白菜羊肉卷、新苏饼、烘干大米饭等；蒙古族的奶茶有时还要加黄油，或奶皮子，或炒米等，其味芳香、咸爽可口，是含有多种营养成分的滋补饮料；蒙古族还喜欢将很多野生植物的果实、叶子、花都用于煮奶茶，煮好的奶茶风味各异，有的还能防病治病。

3、特色手工艺品

佛寺镇的特色手工艺品蒙古刀、蒙古碗、结盟杯、蒙古包模型、木雕工艺品、牛角工艺品和俄罗斯工艺品、玛瑙工艺品等。

（二）佛寺镇旅游商品开发体系

佛寺镇旅游商品的开发仍然处于空白阶段，旅游商品在品种、规模、档次、质量、独特性等方面都有待提高。

1、土特产品开发

开发具有地方特色的土特产旅游商品，建设特色农户农业园，让游客就地参与采摘等活动，现场食用，或直接购买。另外通过精加工、精包装，使土特产品成为具有地方特色的名牌旅游商品，并通过游客逐步进入旅游市场。

2、美食产品开发

蒙古族饮食本身具有特色，在开发内容和开发形式方面都要体现佛寺镇的文化内涵，建设特色餐饮一条街、文化饮食广场、特色夜市街、草原餐饮集会等特色餐饮小吃等场所，展现地域特色。

3、旅游纪念品开发

以独特的佛寺镇宗教文化和民俗文化为根本点，手工艺产品可设计具有蒙古韵味的雄鹰、毡房、骏马、蒙古刀等系列制品、木雕工艺品、牛角工艺品和俄罗斯工艺品、玛瑙工艺品，创造出既有地方韵味又适应现代潮流，并兼顾实用性的民族手工艺产品。

4、旅游文化商品类

制作以佛寺镇地区宗教文化、民俗文化、自然风光为背景的名信片、VCD、DVD 等音像制品。

表 10-1 商品开发体系一览表

商品开发系列	商品细分	开发层次深度	独特性
土特产品开发	果蔬类、菌类、奶制品、豆制品、蒙古族特色烤肉类食品、风干类食品	深加工、精包装	地方特色名牌产品
美食产品开发	特色餐饮一条街、文化饮食广场、特色夜市街、草原餐饮集会	特色饮食，规模小而精致，种类丰富	体现文化特色，文化美食
旅游纪念品开发	具有蒙古韵味的雄鹰、毡房、骏马、蒙古刀、蒙古碗、结盟	既有大批量的流水作业生产，又有单件独特的手工制作	以独特的佛寺镇宗教文化和民俗文化为根本点，既有地方韵味

	杯、蒙古包模型、木雕工艺品、牛角工艺品和俄罗斯工艺品、玛瑙工艺品，创造出既有地方韵味又适应现代潮流，并兼顾实用性的民族手工艺产品		又适应现代潮流，并兼顾实用性的民族手工艺产品。
旅游文化产品开发	体现宗教文化、民俗文化、自然特色风光的名信片、VCD、DVD 等音像制品和具有异域风情的配饰	深加工、精包装，把文化旅游产品开发看做是旅游景区宣传的一面旗帜	文化产品除了要体现出传统的文化特色外，还要含有创新元素在里面

二、旅游商品开发策略

（一）政府政策扶持

1、政府对于佛寺镇旅游商品的开发给予优惠政策，构建旅游商品研发体系。制定出台《佛寺镇加快旅游商品研发的决定》，从宏观上明确旅游商品定位、战略目标、发展思路、工作重点、优惠政策、组织领导，确保全县旅游商品保持在高效发展、可持续发展的良性轨道上。

2、建立旅游商品开发基金，实施鼓励扶持政策，努力形成组织化、规模化、市场化、规范化发展的局面；鼓励开发新产品、采用新技术，重视产品的命名宣传和专利申请；建立行业协会，加强行业规范、自律和信用建设，引导旅游商品行业健康快速发展；鼓励民间工艺品的手工制作、鼓励现场制作和精工细作；培育本土艺术家，努力创建平台，加强国际交流。

3、在大力鼓励和扶持旅游商品研发的基础上，以旅游需求为导向，以特色

创新为原则，突出产品的地方特色，具有民族风格和地方风格，提高旅游产品的设计档次，改进旅游商品的工艺水平，不断推陈出新；随时进行市场调研，分析销售情况，了解市场需求，预测并确定下一阶段旅游商品的生产方向及产量。

（二）多渠道融资支撑

1、加大引资力度，创新招商策略，以特许、转让和承包形式，积极推行项目融资、股权置换等方式，广纳社会资本；制定招商引资奖励政策和办法，鼓励单位招商、个人招商、以商招商。

2、引导社会资本流向旅游商品研发，充分利用政府投入、个人投资、商业银行、外资等资金渠道。

3、在加大政府引导性投入的同时，加强引导资金投入力度，采用旅游贴息贷款，引导当地企业及个人积极加入旅游商品开发建设；建立市场化投资融资平台，对有市场前景的旅游商品项目优先提供贷款，组建多元化投资主体的担保公司。

（三）个性化产品体系

佛寺镇旅游商品研发应充分注重以本地的资源与文化优势为依托，紧密联系市场，加强创新，要富有纪念性、艺术性、地方性；改进包装，产品设计和包装应新颖、时尚、精细、礼品化，便于游客携带，具有欣赏价值、实用价值和收藏价值；引入文化开发理念，使旅游商品的开发成为当地文化旅游、文化宣传、文化建设的一个有益补充。（如上表所示）

（四）创新市场营销机制

合力推动旅游商品市场发展实施政府主导型战略，大力扶持引导旅游购物发展，加强旅游购物网点的开发建设。在旅游集散地、重要交通节点合理布局，规

范服务。

1、促进旅游与商贸结合，提升购物游憩功能，发展建设旅游商业特色街区，注重服务软件环境，促进城市休闲街区的旅游购物和游憩功能的充分结合，大力发展休闲购物，提高城区旅游休闲街对游客的吸引力。

2、加强行业管理，营造放心购物环境

严格旅游执法，加强行业管理职能，对旅游购物场所和商品市场实行有序管理。管理部门应在质量、价格、税收、网点等方面实行集中管理，倡导商品价格明码实价，规范经营，严禁宰客、尾随或围追兜售以及强买强卖现象发生，为游客营造一个放心的购物环境。

3、建立旅游商品信息平台，加强旅游购物宣传

建立佛寺镇旅游商品信息宣传体系，通过报纸、旅游地图、旅游商品专业网站和旅游书籍等多种信息载体，或与周边地区联合举办旅游商品博览会，加强旅游购物的宣传与推介。

第十一章 旅游营销策划

一、佛寺镇旅游营销现状

佛寺镇目前的旅游业现状是：资源优势明显，开发起步较快；景区形象模糊，市场营销缺位；旅游人才缺乏，设施不够完善；政府善于引导，发展前景看好。

（一）旅游形象现状

旅游地形象认知包括三个方面的内容：游客认知、旅游地认知、旅游地内部认知，这三个方面组成旅游地的完整形象。佛寺镇旅游资源比较丰富，但是目前佛寺镇的旅游形象还比较模糊，旅游形象认知度低，对其今后的旅游发展很不利。

1、游客认知度低。

由于种种原因，佛寺镇在旅游形象定位等方面没有进行深入细致的研究，导致景区形象片面化、模糊化。游客对景区的认知大体上包括对景区的熟悉度和兴趣度。佛寺镇旅游资源丰富，但其旅游形象散乱，没有主打卖点、鲜明的口号、视觉形象、风情形象、历史文化形象，缺少系统的形象设计与提炼。加上当地旅游基础设施落后，接待能力差，佛寺镇在周边市场的知名度很低，旅游吸引力不强。大多数游客对佛寺镇的认知还仅仅停留在游览海棠山、玛瑙名镇等单一层面，限制了当地旅游的发展速度。

2、旅游地认知意识淡薄。

旅游地认知主要是指当地居民对旅游业的理解程度。近年来，在佛寺镇镇政府的正确引导下，佛寺镇以建设蒙古族第一镇、蒙古族文化保留最为完整、东北第一活佛大镇为目标，实行农工商旅四业并举，经济发展势头良好，居民人均纯收入增长迅速。但是由于政府在旅游产业引导上做的还不够，当地居民对于发展旅游理解不够深入，观念意识还停留在传统商贸上。部分居民虽然能主动参与到旅游建设中，但并非旅游经济利益驱使。

3、旅游地内部认知不足。

旅游地内部认知是指当地旅游部门、旅游从业者如何看待当前的旅游发展状况。佛寺镇政府部门发展旅游的决心很大，并且已经组建了旅游部门，配备了有

一定能力的专门人才，在旅游产业发展规划上做了不少工作，然而政府对发展旅游的重视程度还不够，产业规划和项目建设步伐明显滞后，投入的人、财、物力不足，尤其是在市场营销方面。

（二）市场宣传现状

广泛深入地开展宣传促销活动是拓展旅游市场、推进旅游业快速发展的一项重要举措。旅游业是一个注意力经济，旅游宣传促销实际上就是吸引游客的注意。佛寺镇目前旅游市场宣传促销仍是力度不够，有待提升。

1、一手硬一手软。

硬：一心一意搞景区基础设施建设。软：目前还没有制定可操作的市场宣传促销计划。

2、宣传促销不敏感。

相关部门对旅游市场敏感性不高，宣传意识淡薄，存在等待、观望的心态，而不是主动去迎合旅游市场的需要开展宣传，旅游发展日程被迫一拖再拖。

3、宣传促销手段落后。

旅游宣传促销是一项综合性比较强的工作。在选准市场之后，需要利用宣传手段和促销手段有针对性地开展促销，及时、全面地把景区以最快的速度推荐给游客。佛寺镇目前基本上依靠一些传统的渠道对外发布旅游消息，针对性不强，渠道过窄，不能有效吸引游客的注意。

（三）产品开发现状

佛寺镇旅游产品开发可以这样来概括：旅游产品单一，缺少包装；旅游项目太平淡，缺少精品；后续开发缓慢，与市场脱节。

1、旅游产品单一，缺少包装。

佛寺镇前期旅游规划已经完成，但是大部分旅游资源还未经开发，还没有设计出具有自身独特魅力的旅游产品。目前，东里镇可以开展的旅游项目只有海棠山旅游、玛瑙之乡等，而且这些旅游项目设计粗糙，在细节上的包装做的不够。

2、旅游项目平淡，缺少精品。

佛寺镇目前比较成型的瑞应寺传统宗教氛围比较浓厚，并有中国第一活佛坐

镇，但是其他项目还未被充分开发出来。

3、后续开发缓慢，产品与市场脱节。

市场在变化，游客的需求也在不断变化，景区产品开发也需要不断改进，而旅游产品的生命周期有限，旅游产品开发就需要不断变化。随着休闲度假的大旅游时代的到来，大众对于休闲度假类旅游产品需求将会持续走高，国家旅游局也提出了 2007 年为城乡旅游年，大力发展城乡休闲旅游。佛寺镇的地理位置虽然优越，旅游产品也有数种，但是目前还仅仅局限于传统观光旅游产品开发，乡镇休闲度假类产品设计还没有形成完整的思路。

（四）营销渠道现状

旅游营销渠道是旅游产品与市场相对接的桥梁，也是旅游景区赖以发展的支柱之一。当下，经济快速发展，旅游需求也在不断变化，如何将自己的产品以最有效的方式销售给游客在很大程度上影响到景区和旅游产品的生命力。佛寺镇经济发展比较迅速，也受到了辽宁省其他地区的广泛关注，但是营销渠道很窄，以人际传播网络为主开展营销的现象很普遍。佛寺镇没有正规的旅行社，相关的旅游宣传网站，报纸、电视、电台等传统媒体也未得到充分利用，公关和节事活动尚未开展，可以说旅游宣传基本上还没有开展起来。

二、佛寺镇旅游营销策划

（一）旅游营销策划的总体思路

依据佛寺镇拥有的旅游资源，以全局的战略思想为出发点，建议主要从以下几个方面进行旅游营销策划：

1、突出个性，深挖潜力，塑造亮点，做大做强特色旅游经济；

2、注重形象营销，推行精品化战略，由旅游过境地变为目的地；

3、强调科学性和可持续发展，促进旅游业的有序发展；

4、发挥旅游业的关联带动性，打造外延旅游产业链；

5、坚持科学发展观，寻找资源保护、文化传承与经济增长的最佳结合点。

（二）旅游营销策划内容

旅游营销策划讲求九字真言：引得来、有得玩、留得住。对于佛寺镇的旅游开发策划也不例外，从自身所具有的旅游资源出发，先要确定要开发的旅游项目，才能切实实施九字真言，为此我们主要从以下几个方面出发：

1、旅游口号及形象定位

根据旅游营销策划的九字真言，我们把佛寺镇的旅游总口号“畅游瑞应、万事福音”分解为以下三个阶段进行设计，详见下表：

表 11—1 佛寺镇旅游口号和形象定位及诠释表

策划期 策划内容	旅游口号	形象定位
一期（引得来）	“享受传统佛寺蒙餐，体验传奇佛寺祭拜，饱囊珍奇佛寺玛瑙，畅游神奇佛寺仙源”。	“东北第一蒙古大镇”
二期（有得玩）	“采撷神奇野果，身入民间仙境”	“乡村休闲放松仙境”
三期（留得住）	“疯狂草原马背，神奇蒙古帐篷”	“蒙古兄弟草原神奇胜地”
诠释	佛寺镇是东北地区惟一一个蒙古族人口较多的大镇，而且蒙古族的相关习俗保留得非常完整，特色蒙古饮食丰富多彩；玛瑙资源丰富且质地优良；拥有东北地区的草原地貌。	

2、打造佛寺镇强势“六大旅游功能区”：

表 11—2 佛寺镇“六大旅游功能分区”及活动项目表

功能分区	活动项目
瑞应寺旅游区	参加东北第一活佛法会、活佛祭拜、体验寺庙风情
观光农业区	采撷野果、参观农务、体验农事、农户住宿
广场休闲区	特色蒙古小吃、休憩夏廊
草原民俗区	敖包祭拜、蒙古节庆表演、草原马背之旅
旅游服务区	蒙古特色超市、大型蒙俗停车场、旅游咨询
地热观光区	温泉疗养、参观地热区

（1）瑞应寺旅游区

旅游节事活动策划

首届佛寺镇蒙古民俗文化旅游节

活动主题：与天同乐，永世慈悲

活动内容：

①朝拜：由瑞应寺住持率领众信徒朝拜众神，表达心灵的至诚和对佛法无上的崇敬。

②法会：现场开设法会，深刻诠释佛法要义，大力弘扬藏传佛教活佛精神。

③还愿帖：向游客售卖经过开光的物件，游客领受开光物品并在瑞应寺前许愿。景区发还愿贴，邀请其明年到此还愿。

④论坛：南北宗教界人士、信徒共同探讨宗教文化与和谐社会、人生真谛的融合。

⑤展会：由长老为中国第一水晶观音雕像开光，并向游客展示隋唐摩崖石刻以及众多佛教物品。向游客售卖开光灵物。

宣传策略

①媒体炒作：

在辽宁、沈阳、大连、抚顺、阜新、阜蒙等地主要报纸、广播电台进行广告宣传，选择在辽宁电视台、沈阳电视台做一个月的前期电视宣传。利用中国电信开展短信宣传，赠送景区门票等。在辽宁旅游政务网、旅游资讯网等发布活动公

告。

②人员促销：针对沈阳、大连、抚顺、阜新、阜蒙等重点客源市场的旅行社进行大力促销，获得旅行社线路支持。向客源市场潜在大客户进行直销，同时利用当地民间宗教组织与外地宗教组织的联系进行活动宣传，尽可能扩大宣传面，提高活动在当地和周边的知名度。

（2）观光农业区

万亩农业基地

建设万亩优质商品粮基地，重点打造集观光、旅游、科研为一体的农业观光核心区。

无公害蔬菜示范园

依托美锦农艺园、昌盛蔬菜加工等农业企业，以合作社的运营模式，通过佛寺镇政府补贴和贴息，集中连片建设万间温室、千亩大棚等设施农业项目。同时，新建设500亩省级绿色无公害蔬菜基地。

生态旅游建设项目

依托西边山葡果种植优势和丰富的文物资源，重点规划建设桃、杏、枣、花椒等经济片林，加快葡萄博览园、葡萄文化博物馆建设，打造以农家乐为主题，集观光、采摘、休闲、娱乐为一体的旅游胜地。

（3）广场休闲区

蒙古特色：

特色餐饮一条街、文化饮食广场、特色夜市街、草原餐饮集会等特色餐饮小吃等场所，展现地域特色；

休憩夏廊：休憩场所要考虑到各类人群的需要，根据不同的游客设计不同的休息风格的风情小屋，既要有供孩子娱乐嬉戏的现代儿童场所，还要有供商务人士、企事业单位集体活动的会议室、休息室，以及各种现代化配套设施，还要有供青年人放松的小型酒吧、放映厅等，还要有老年人所需要的安静场所。

（4）草原民俗区

敖包祭拜、蒙古节庆表演、草原马背之旅等一系列体现蒙古人热情、豪放、洒脱的马背民族特色的观赏式和参与式活动。

（5）旅游服务区

蒙古特色超市：更多的地方名牌产品、土特产品，同时也提供普通商品。

大型蒙俗停车场：要充分考虑到景区未来发展的需要。

旅游咨询：提供各种旅游咨询和突发事件应急处理服务。

（6）地热观光区

温泉美容浴：可以是牛奶浴，美白肌肤，肌肤细腻等；维 C 浴，增强皮肤弹性，换颜新生等；“白”“骨”“精”浴，白皙、骨感和精神气爽等，主要针对白领阶层、都市丽人等一类人群，属于高档次消费品

温泉养生浴：主要体现养生文化、智慧人生理念，让人们忘却工作中的压力，舒缓压力、放松心情，享受和感悟人生，针对顾客群为成功人士，属于高档次消费品

温泉疗养浴：主要以强身健体为特色的温泉产品，含有丰富矿物质的温泉水有利于心脑血管、人体机能、亚健康人群，改善人体生理机能，延年益智等，针对顾客群为老年人等有慢性疾病的人群。消费水平为中档层次即可。

温泉文化浴：主要体现佛教文化、蒙古族文化、辽东文化、温泉文化等系列文化主题温泉浴，针对目标顾客群为文艺工作者。

参观地热：适宜各类人群，可以在地热参观的过程中加入一些特色的元素，使整个地热参观过程妙趣横生，最好可以使游客参与进来，进行参与式、体验式活动，提高游客积极性。

第十二章　旅游资源和环境保护规划

一、环境容量估算与控制

（一）城镇环境控制

在规划期内从以下几个方面加以控制和改进：

1、加强佛寺镇和乡村的建筑风貌改造，突出佛寺镇传统民居建筑元素，建筑布置上高低错落，保留当地城镇特色。

2、采取退耕还林还草、封山育林等措施，避免对山体的破坏，加强佛寺镇建设、乡村草原保护、周边山体水体绿化美化，绿化上采取乡土植被，提高植被覆盖率。

3、完善佛寺镇的垃圾处理、污水处理、化粪池和沼气池等环保设施建设，重点对生活垃圾、污水进行收集处理。

4、严格把关佛寺镇建设用地控制，旅游发展、城镇建设均需考虑环境保护。

表 12-1 主要控制指标表

城镇控制重点区域	容积率	绿化覆盖率	生活垃圾清运率及处理率	污水处理率
瑞应寺景区及周边区域	0.9	≥50%	100%	≥95％
草原区域	0.9	≥90%	100%	≥95％
观光休闲农业区域	1.5	≥38%	100%	≥90％
东梁地热区域	1.5	≥35%	100%	≥90％

（二）景区容量控制

坚持生态为本的原则，杜绝掠夺性开发或破坏性建设，科学组织旅游活动，确保旅游区可持续发展。

1、在全面调研社区人口活动及生态系统的基础上对旅游区进行环境容量测算，明确各片区土地利用属性，协调发展旅游业并进一步保护其生态环境。

2、在有效保护的基础上，对游客容量进行有效的控制，对旅游者行为进行有效的引导，一切旅游活动控制在环境自我恢复能力的范围内。

3、旅游项目的开发及配套设施的建设控制在有限的地带内，充分考虑环境容量，与生态保护相协调。

4、重点控制几个主要核心景区的游客容量。

表 12-2　景区游客容量表

控制指标	瑞应寺景区	草原休闲区	观光休闲农业区	东梁地热区
年游人容量	540 万人次	80 万人次	40 万人次	40 万人次
绿化率	50%	90%	60%	40%
容积率	0.9	0.9	0.9	0.9
道路率	5%	5%	10%	10%

二、旅游资源保护

（一）分区保护

重点对瑞应寺景区、草原休闲区、水系等进行旅游资源分区保护，遵循“保护优先、合理开发、科学发展、永续利用”的原则，在佛寺镇实施三级保护模式，严格保护措施和控制相关设施建设。

1、一级保护区

保护范围：瑞应寺景区

保护要点：严格按照文物保护条例的规定来保护瑞应寺的建筑、佛教文化等资源；控制旅游建设污染，杜绝开发性破坏；建立瑞应寺环境指标系统，加强对景区建筑、空气质量等环境指标监控；加强景区内及周边的绿化工程。

2、二级保护区

保护范围：草原旅游风景区

保护要点：建立草原旅游风景区生态环境指标系统，结合生态草原的建设，重点加强草原景观带建设；禁止在周边进行大规模的建设，做好周边的生态环境保护工作。

3、三级保护区

保护范围：观光休闲农业区、东梁地热区、水系保护区等

保护要点：建立生态农业、地热环境、水系环境指标系统，加强对生态农业区域、地热区域及佛寺水库的环境指标监控；周边 200 米内严禁进行大规模的旅游开发建设。

（二）分类保护

重点对各景区、服务基地、交通干线及县城区域内的建筑、植被和水土保持等方面进行保护。

1、建筑保护

根据瑞应寺文物保护的需要，重点做好瑞应寺景区的建筑保护，在规划、管理、传播和营销等方面有利于区域资源的整体、统筹和长远保护。

（1）编制瑞应寺文物古迹保护规划，做到有法可依，对瑞应寺内建筑、物品按其价值，分级申报保护级别；

（2）树立发展旅游促进文物古迹保护的思想，编制详细的保护、展示与宣教规划；

（3）在佛寺镇中心区域建设具有蒙古族风格的商业步行街；鼓励居民自己改建房屋，利用地方材料、民族建筑材料等元素重塑民族街区和家庭旅馆，为发展民俗游创造条件。

2、草原及植被保护

退耕换草是佛寺镇一个重点旅游项目，根据草原生态保护及水土保持需要，要加强草原及各景区的植被保护，主要保护措施有：

（1）加强生态建设与环境保护，对脆弱资源及生态敏感区保护和控制。

（2）以佛寺镇旅游交通道路、各景区内及周边等为重点，建立交通沿线绿色廊道，选用当地乡土树种和花卉，提高绿地覆盖率。

（3）做好佛寺水库的清理和生态保护。

3、传统文化保护

（1）使本地的佛教文化、蒙古族文化成为佛寺镇地域民族文化的新亮点，保护佛教文化、蒙古文字、蒙古民俗等的传统特性。

（2）加强祭敖包、敬酒歌等风俗，摔跤、赛马、射箭等文娱活动，烤全羊、

喇嘛炖肉饮食文化等保护力度，使其成为旅游景点的吃、住、行、游、购、娱等参与性特色项目。

4、垃圾、噪音等治理

（1）建设佛寺镇、重点景区垃圾处理厂，对生活垃圾进行无害化处理和综合利用，垃圾无害化处理率达到85%以上，重点景区达100%；提倡和推行垃圾分类收集；

（2）加强对建筑施工社会生活噪声的监督管理；

（3）加强道路建设和交通规划管理，提高机动车辆运行率，重点地段，限制机动车鸣笛。

三、环境保护目标

（一）兼顾保护和开发

重点保护瑞应寺景区、草原旅游风景区等景区，保持历史建筑原貌、保护景区生态环境，严格控制景区客流量，兼顾保护和开发。

（二）加强绿化

做好佛寺镇旅游交通要道及各景区内外的绿化项目，提高佛寺镇绿地覆盖率。

（三）加大污染处理工作

加快生活垃圾、污水处理厂的建设工作，保证各旅游区垃圾、污水及时无害处理。

（四）保护传统文化

保护传统文化特色，保持佛教文化、蒙古族文化的原汁原味。

（五）打造绿色旅游区

打造绿色旅游区，建筑材料采用环保材料，饭店使用绿色经营方式等等。

四、环境卫生规划

（一）加强医疗条件建设

改善为游客服务的门诊、急诊和住院条件，按照无障碍设施标准改造和建设医疗建筑；加强医疗救援体系建设，健全急救网络；采取多种形式有计划地对医务人员进行培训。

（二）强化公共卫生

强化对传染病的预防和控制，警惕其他国家和地区发生传染病的传入；健全疾病监测网络，深入做好预防工作；强化以食品卫生为主的公共卫生监督执法，保证食品、生活饮用水等与健康相关产品的安全卫生。

（三）加强动物检疫工作

完善动物疾病监测、防治、检疫和监督体系，加强牲畜检疫，特别是旅游带用的马匹的检疫；保障动物产品不发生重大动物疫病和食用动物产品中毒事件。

第十三章 投资估算与效益分析

一、投资及收益估算

佛寺镇是集自然风光、宗教文化、民俗民风为一体的旅游胜地，以其距市区20公里，距疏港公路13公里，距锦阜线公路10公里的区位优势迎来八方游客，观光休闲旅游，其大量的外来游客和本地游客为佛寺镇当地的经济收益做出了很大贡献，为此我们主要从以下几个方面对其收益进行了大概估算。

佛寺镇的旅游规划投资拟按照两个阶段，即2010—2011年为一期；2012—2013年为二期，做出相应的规划安排，旅游开发项目时序及拟投资（如表13—1）。

表13—1 佛寺镇旅游开发项目投资和收益表

景区名称	项目名称	建设时序安排及投资收益				小记（万元）	
		一期		二期		投入（万元）	收益（万元）
		投入（万元）	收益（万元）	投入（万元）	收益（万元）		
蒙古风情之旅	蒙古美食一条街	10	25	10	50	20	75
	瑞应寺佛寺活动祭拜	5	10	3	15	8	25
“乌力格尔”草原	蒙古歌舞	4	8	3	16	7	24
	蒙古包拆卸比赛	10	15	3	18	13	33
	勒勒车漫游	5	8	2	13	7	21
	双驼漫步	4	7	2	12	6	19
	蒙服骑射	5	8	2	11	7	19

	蒙古包住宿	10	16	3	20	13	36
东梁地热开发区	温泉疗养	15	25	3	26	18	51
	休闲旅游	3	5	1	7	4	12
	温泉谷	15	20	3	23	18	43
敖包文化园	蒙古族文化展演	5	7	1	8	6	15
	蒙古族服装模特表演	6	8	2	11	8	19
	祭祀敖包祈福	8	12	3	16	11	28
民俗度假区	玉米田迷宫	3	6	2	10	5	16
	农家乐采摘园	10	19	5	23	15	42
	亲访农家院	10	14	3	17	13	31
生态旅游园	生态科普园	15	21	4	25	19	46
	珍奇生态林种类展览馆	10	14	2	17	12	31
	野外生存锻炼	5	7	2	10	7	17
道路建设	主干线和副线	75		50		125	
总计（万元）		233	255	109	348	342	603

二、社会效应

比起经济效应来，旅游对社会生活和社会结构的影响问题则更难阐述，其原因部分在于人们对社会变化的感应与人们的价值观密切相关，因此这种感应是定性的，主观的。即使人们一致认为社会发生了变化，也很难证明这些变化是由旅游引起的，要决定这种变化是喜是忧，更为困难。佛寺镇旅游也不例外，它所引

起的社会效应会有如下的区分和描述。

（一）示范效应

旅游者不仅给佛寺镇带来了经济效益，而且还可能带来诱惑强烈、触目可见的“消费者”生活方式。在珠光宝气的大城市里，旅游者及其消费习惯也许不会引起市民特别的注意，但在像佛寺镇这样的小镇区，旅游者的招摇过市，不仅耀人眼目，而且对当地的居民具有强烈的冲击效果。食品、饮料、地方文化、当地服务业、纪念品、以及其他所有旅游区内（如，海棠山）向游客出售的商业享受，会在当地居民中间，树立起比传统生活水准更高的物质享受的风气，特别是有着“蒙古族第一镇”美誉之称的佛寺镇，居民的生活方式受到旅游者影响的效果更为明显。这种风范可能导致所谓的示范效应现象。

示范效应的表现形式，可以各种各样的面貌出现。佛寺镇居民由于受到旅游者的影响把钱更多地花在购买物质享受上，不会像旅游者到来之前那样，积蓄钱财，并把它们放在投资上了。如果这些物质资料都来自进口，那么，示范效应就会破坏当地经济的收支平衡。

示范效应也有可能产生所谓边际人的社会混血儿现象。所谓边际人，是指接受并力求推进旅游者的价值观和生活方式的当地居民，他们常常并不能如愿以偿，但由于他们的尝试，常被佛寺镇同胞视为当地价值观的“叛逆者”。佛寺镇是对蒙古族的文化、民俗等保留得最好的一个地方，在这样尴尬的局面下，边际人变成处于两种文化之间的另类人，生活在两种文化的交叉处。造就了边际人的外来影响，也可能会带来或被感应为带来某些其他社会问题。例如，卖淫、赌博、酗酒、以及吸毒等现象的出现或增多。虽然旅游者对旅游目的地的居民产生了示范效应，但是旅游者在旅游区内所表现出的生活方式和消费习惯，绝不会在他们回家以后继续保持下去，因此示范效应是个颇具辛辣讽刺意味的现象。虽然如此，这种暂时的、放荡的梦幻境界仍被视为理想的现代生活方式的典范。

（二）社会分层与社会化

旅游业的发展可能会引起社会集团间关系的变化。在不发达国家或是欠发达的地区，新兴的旅游业会给该国带来新的职业和财富，使各职业集群的就业人数

和就业类型，及其收入来源都有所变化。这些现象反过来进一步改变了各种职业、各收入社会阶层的形成基础。

随着佛寺镇旅游的推进与发展，示范效应和社会秩序的改变，导致了明显的消费现象。当地居民不再在家庭和亲友关系中，或通过与自己同一职业的其他人的合作，来追求社会认同和地位。旅游者给当地居民带来的经济效应是不容忽视的，于是佛寺镇相互竞争的焦点，变成看谁能获得越来越多的物质利益。

佛寺镇是一个保留蒙古族习俗原真性最好的地方，当地居民民风纯朴，人人互敬互爱。但随着旅游者的进入，青年人容易接受由旅游带来的新的价值观念，而家庭中的老年成员多仍坚守旧的传统观念不放，于是年轻人与老年人之间会出现以前不曾出现的代沟。此外，在佛寺镇旅游带动的经济中，家庭企业会变得越来越能赚钱或家庭遗产的价值升高，与此同时，佛寺镇同胞的相争会显得从未有过的激烈。

（三）文化复兴

成群结队的游客来到佛寺镇，并不意味着必然对当地人的尊严造成损伤。通过建立和再现对他们自己历史的骄傲感，当地居民也可以对旅游者施加影响。旅游者对当地文化的欣赏，以及当地人对保持佛寺镇地方特色的需要，刺激了当地纯真的手工艺品、文学、舞蹈、音乐、戏剧、礼仪、风味食品、服饰等的复兴。同时由于旅游者和当地居民之间存在较大的文化差异，佛寺镇特有的旅游资源对旅游者来说也是一种了解和学习，这样无形之中就会扩大文化复兴的范围，促进各个民族传统文化的传播和交流，有利于宣传民族文化，消除民族偏见，增进相互了解和理解，真正体现旅游促进民族和谐的功能。

第十四章 保障措施

一、强化政府主导机制 优化旅游开发管理机制

阜蒙县旅游局为正县级建制，是受市政府委托主管旅游行业的市政府直属事业单位。其旅游部门的主要职责是负责全县旅游业发展的中长期计划的制定，组织开发重点旅游项目；制定旅游宣传促销计划，开展旅游宣传促销活动；依法加强对旅游行业和旅游市场的管理，开展服务评比及旅游安全检查等工作。但从总体上说，阜蒙县旅游机构在设置、人员编制、管理体制等方面都存在问题。旅游业将逐步成为阜蒙县的支柱产业，为大力促进阜蒙县旅游业的发展，在设立独立的旅游局的基础上，建立一个高效、严密的旅游组织体系和旅游管理机构已是迫在眉睫。

（一）构建政府主导机制平台

1、设立阜蒙县旅游产业发展委员会

阜蒙县委员会应以计委、旅游、城建、经贸、财政、规划、交通、农林、工商、文体、公安、环保等与旅游密切相关的部门为成员单位，由县委、县府主要领导或分管领导主持，就阜蒙县发展旅游业的战略、规划、政策等重大问题进行研究、协调和决策，委员会通过定期或不定期举行会议的形式开展工作。委员会的常设机构是其办公室，可设在旅游局。

2、完善阜蒙县旅游局各种管理机构

阜蒙县旅游局目前内设 5 个科室，即办公室、开发科、促销科、管理科和质监科，2 个直属单位，即阜新市旅游培训中心、阜新中国国际旅行社。适当提升阜蒙县旅游局的地位，特别是在编制、人才配备方面要体现旅游业作为县支柱产业的地位。因此，使阜蒙县旅游局的管理机构适当的转型是必要的。

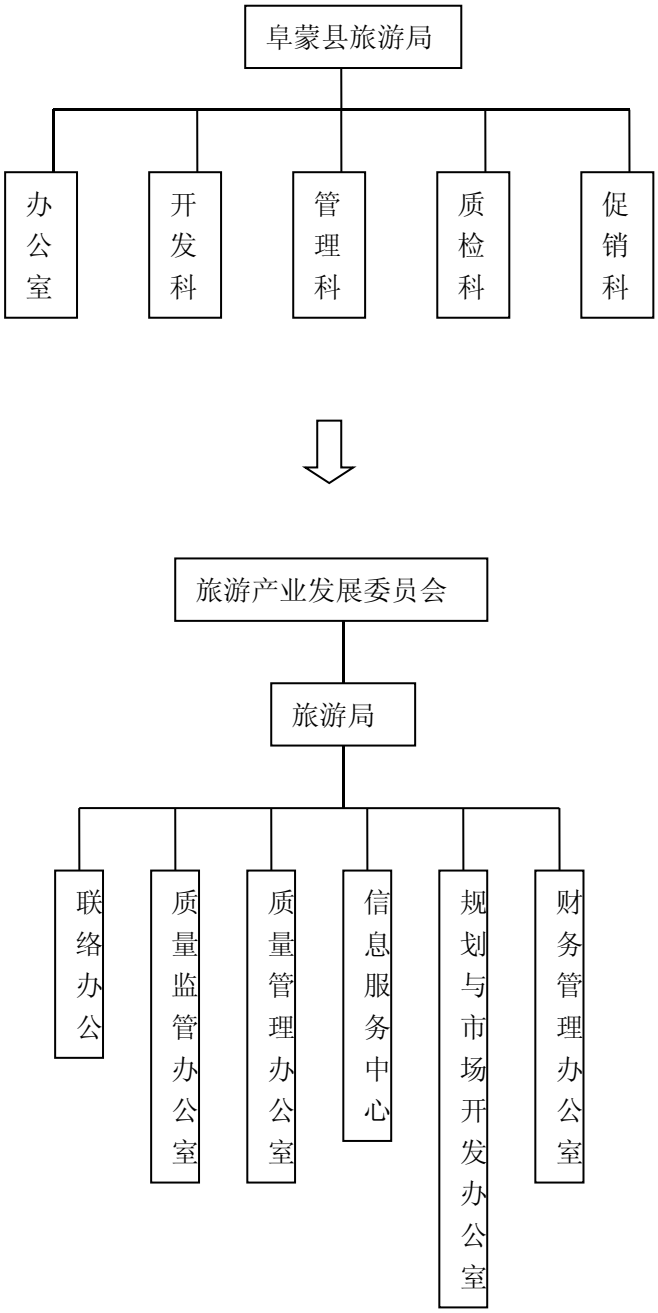

图 14-1　阜蒙县旅游资源管理组织机构转型图

3、建立瑞应寺景区管理局

为确保阜蒙县旅游开发区的可持续开发，应在旅游优先开发区成立相应的景区管理委员会，如瑞应寺管理委员会、佛寺水库生态旅游水景区管理委员会等。各景区管理委员会由县旅游局、景区所在的乡镇政府领导人员及相关开发商组

成。以县旅游局进行行业指导，乡镇政府具体领导为主要管理模式。

4、建立阜蒙县行业分会

建立阜蒙县的旅游行业自律组织——阜蒙县旅游行业分会，使之成为辽宁省旅游协会的分会。该协会是由旅游企业自愿参加和组织的社会团体，是行业的协调、监督、自律和自我保护组织，是加强企业联系的纽带，是沟通政府与企业的桥梁。

（二）强化政策支持　深化技术变革

旅游业的发展离不开政府政策的支持，一些知名旅游胜地在国家政策的支持下成长迅速，如“基础设施建设”扶持等。对于佛寺镇的旅游营销如今尚处在初级阶段，各级政府的政策支持更是显得尤为重要，但是政策是站在宏观的角度偏向最有价值的投资，因此佛寺镇应力争旅游业成为阜蒙县支柱产业的显著地位，而政府政策也应该是恰到好处的出台。注重技术变革也是瑞应寺旅游发展转型升级的根本性因素之一。

1、政府的政策性指导

政府在评估佛寺镇旅游的地位时不应只考虑其经济收益，而是从长远的角度对当地的旅游资源进行合理的开发。佛寺镇是对蒙古族文化保留得最好的地方，资源开发应以保护性开发为主。旅游者对当地居民的影响是巨大的，政府要在保证佛寺镇的原真性的基础上最大限度的引进客源是一项极为艰难的任务；旅游者来到佛寺镇势必造成当地区域拥挤，最终生态环境可能造成破坏，政府应有相应的政策调节以保证佛寺镇的可持续发展。佛寺镇在大力发展旅游的同时，居民的生活水平的提高、对政府的税收比例加大、生态优先、保护旅游目的地的原真性，只有这样佛寺镇旅游在享有一般政策的同时也会争取到相对特殊的政策待遇。

2、提高技术含量

政策支持加强，技术变革深化，有利于旅游业的全面发展，在互联网技术和电子技术应用和构建上，注重技术变革，是形成瑞应寺旅游发展转型升级的根本性因素。

（三）强化规划和标准建设

阜蒙县旅游业的发展是以科学发展观和五个统筹为统领，以深化改革和体制机制创新为驱动力，以推动阜新社会经济平稳转型为最终目标，坚持政府主导，市场运作，协作联动，重点推进的方针，通过工业遗产旅游核心项目的开发，带动宗教旅游、自然山水旅游、工业旅游及农业旅游等集群发展，使阜新旅游业成为阜新社会经济转型的纽带和支点，深化阜新经济社会转型，最终实现阜新社会经济的和谐发展。因此阜蒙县旅游业的发展应是站在这一大的总体思路的基础上，对旅游业的设施建设有一个前沿的规划和标准的平衡尺。

阜新发展的是以工业遗产为核心的旅游产业，由于工业遗产旅游的特点，决定了阜新旅游业不能是市场自发发展的战略，必须借助政府的力量来有效的保证市场运作。政府投资可以弥补阜蒙县旅游业投入不足的问题，并产生示范和导向作用。政府主导是我国目前旅游业发展战略中的重要组成部分，因此在投资方面政府应该注意对重要基础项目的投资：旅游交通及基础设施建设；旅游区环境保护的建设；旅游调查与统计工作；人力资源特别是政府机构人力资源的培训；旅游宣传与促销；佛寺镇旅游形象的打造、提升与宣传；举办蒙古族节庆活动，对外促销，制作宣传手册；对佛寺镇文化、民俗、宗教等非物质资源的挖掘、保护与开发。

二、加大资金投入　保护和利用好佛教文化资源

瑞应寺是蒙古族佛教文化的历史见证，七世活佛是东北和内蒙地区唯一经过国务院批准认定的活佛，要进一步保护和利用好这一珍贵的历史文化资源，认真规划，深度开发，从政策上、资金上加大支持力度。

旅游开发的物质保障之一就是充足的资金投入保障，有了资金保障，旅游开发期中的旅游基础设施才得以实施建设，才可招徕各地游客前往游玩。根据佛寺镇的实际，主要通过加大政府引导性投入、建立市场化投资平台、广泛吸纳社会资金投资和加大旅游招商引资力度等手段来积极加大佛寺镇的旅游开发资金投入。

（一）加大政府引导性投入

政府的作用就像一个组织的主干，有了主干的支撑，组织的支架才会强劲发展下去。佛寺镇政府应积极使其政府的结构向着引导性的方向发展，充分发挥其引导的强大作用。积极进行旅游行业的制度和体制改革，为新的大旅游形势赋予新的制度支撑，不断完善旅游市场运作机制，为旅游行业的新发展指明增收渠道；不断出台和完善关于加大旅游开发和发展的引导性投入资金力度，积极响应中共十七大关于发展的领导观，引导旅游业向着又快又好的方向发展；加大公共投入，进行旅游开发同时，要重视环境保护，在保护和开发并行的策略上，佛寺镇镇政府应积极发挥其巨大的引导作用，积极加大对其当地旅游开发和建设的资金投入。

（二）建立市场化投融资平台

在现代经济发展的潮流中，政府是经济的隐形手臂，市场是经济的杠杆手臂，政府的作用是引导，而市场的作用则是最重要的一方面，这也正符合了哲学理论中的内因起到决定性作用的方法论。对于佛寺镇的现状而言，应使其旅游开发和建设工作的投融资平台尽量多样化，充分利用地方政府用于城市建设的投融资平台，例如城建资产经营公司、城建开发公司，或是积极申请获得银行信贷资金，或是用舆论的宣传媒介，从各方面全力支持佛寺镇旅游开发工作的顺利进行。

（三）广泛吸纳社会资金投资

旅游发展是全民性的事业，只考虑旅游行业的力量还不可以获得最大化的发展效果。当前对于佛寺镇的旅游行业的开发和发展，最好的保障措施还是要积极强化原有产业发展实力，进行旅游项目创新发展，挖掘新兴产业点，积极串联成链条式发展态势，实施各种积极高效措施广泛吸纳社会资金投资。

（四）加大旅游招商引资力度

一是开展普查工作，完善旅游项目库建设。积极协调佛寺镇相关部门及乡镇，

全面开展旅游项目普查工作，充分挖掘“东梁地热” 、“乌力格尔”草原、民俗文化园、生态科技园等一批新的旅游项目，并将其纳入佛寺镇全镇旅游招商项目库。截至目前，“东梁地热” 已纳入到镇旅游招商项目库中。二是拓宽招商渠道，积极开展招商工作，全面开展旅游招商引资工作；三是通过网络媒体，全面发布旅游招商信息，加大招商引资工作力度。四是制定优惠政策，提供优质服务。积极探讨周边县（市、区）发展旅游的经验做法，出台佛寺镇旅游招商引资优惠措施，在旅游项目引进、审批、建设等方面给予投资商大力支持，为旅游投资商提供更加优惠的政策、宽松的环境和优质的服务。

三、加强多方合作　实施人才战略

人才问题是关系党和国家事业发展的关键问题，更是关系佛寺镇旅游发展的重中之重。要按照科学发展观的要求，创新机制，抢抓机遇，实现佛寺镇旅游经济的全面繁荣，关键都在人。

（一）人力资源开发战略

1、理念创新。逐步建立、健全一套既与国际接轨又适合佛寺镇旅游业发展需要的人才培养和开发机制，形成有利于广纳人才、人尽其才的良好社会环境，使旅游人才结构与旅游产业结构相适应；与国内、国际竞争的需要相适应。

2、制度创新。采取积极措施，引进旅游业开发的急需人才和智力，加快选拔从事旅游的公务员、专业技术人员、经营管理人才、导游人员，推动旅游人力和人才资源的整体开发。

3、管理机制创新。逐步建立健全科学化、规范化、标准化的管理模式，积极学习和借鉴国内、国际旅游业人力资源开发与管理的经验。

4、激励机制创新。建立为拔尖人才、紧缺人才脱颖而出的高质高薪、高风险回报机制。实现一流人才、一流业绩、一流报酬。

5、培养机制创新。紧紧围绕佛寺镇旅游产业发展需要，开展区域学术交流和教育培训合作，引进国内外人才培训的先进理念、技术和现代管理经验。

（二）人力资源开发措施

人才资源是第一资源。实施新时期佛寺镇的人才战略，关键要抓好以下三个方面：

1、寻求高端智力支持

佛寺镇的旅游发展还不是很先进，其中一个很重要的因素就是要寻求高端智力支持，为此，要积极引进先进智力机制，结合佛寺镇旅游发展规划，因地制宜，引荐先进智力成果和策略，加强引智成果跟踪，要进一步扩大佛寺镇引智项目库、成果库和人才库的建设，规范操作，提高运行效率。

2、引进专业旅游人才

目前，旅游人才队伍大多数还是就职于旅行社、酒店、景区等行业，从业人员专业理论知识不高，基于这样一个现状，对于地方旅游来说，佛寺镇要开放眼光，积极组织并定期举办“高级旅游专业人才”交流会，引进高级专业人才来镇里进行先进前沿的旅游知识的宣讲，加大佛寺镇旅游人才队伍建设，强化其旅游专业人才队伍的稳定性。

3、培训旅游从业人员

为提高旅游从业人员素质，提高行业管理水平，佛寺镇应积极组织参加各种“旅游高级管理干部培训”、“旅游资源开发和生态保护”等工作的培训学习，了解旅游业发展现状和特点，旅游发展宏观政策及具体措施，旅游经济分析和市场开拓，旅游景区的开发、建设、管理等形势。多渠道、多角度培训镇内旅游从业人员。

（三）区域合作，共同发展

采取区域联合的方式，将佛寺镇地区能够突出代表佛寺祭拜、自然山水、蒙古风情、草原之旅、温泉疗养特色的五个知名景区（点）串成 1——3 日特色旅游线路，以满足广大游客的不同需求，并形成影响力，这也是根据旅游市场发展的需要，主动适应旅游市场形势的新举措。其中，佛寺镇把佛寺祭拜和草原之旅景区作为此线路的重要组成部分，将与其他几个景区互为支撑，进一步拓展客源市场深度。同时，这也是佛寺镇按照“镇内为基础”的宣传促销工作思路，更快

实现与辽宁其他主要城市进行大规模的沟通合作，以此逐步打开省内的东西旅游通道，实现佛寺镇旅游产品在辽宁省内形成较大覆盖。

（四）行业合作，内部协调

佛寺镇关于建立合作机制问题。一是应从加强合作的研究、操作、经费筹措等方面入手建立合作工作机制，佛寺镇镇政府、旅游管理机构应帮助旅游企业解决一些在合作中遇到的非市场性的问题，并尽力提供宽松的环境；二是要充分发挥市场机制在促进各地旅游合作中的作用，发挥政府在规划、管理、政策导向和信息互通等方面的作用，营造良好的市场环境；三是要克服各自为政、自身利益驱动是佛寺镇旅游业深入合作的一个障碍，并提议建立佛寺镇旅游业发展联席委员会，由镇、乡派出政府代表组成，他们全权代表各省区政府，拥有决策权，借此建立协调机制。

（五）产业合作，提升效益

旅游的相关产业是非常广泛的，可以说经济发展中的绝大多数产业和旅游都是相互关联的。从佛寺镇的经典新型旅游项目可以看出：农家乐乐园是农业产业的一个小分支，现在城市快速的生活节奏和与日俱增的工作压力，需要越来越多的放松渠道，佛寺镇的农家乐园就是新型放松渠道之一，整体功能的联动关系着佛寺镇旅游产业的整体发展；草原奠定了其成为最佳休闲旅游胜地的基础，是推动佛寺镇旅游持续发展的有效途径。因此，佛寺镇要想实现旅游产业的新发展、大发展，不仅需要行业内部紧密合作，也需要产业之间的积极配合。

四、突出多种功能　拓宽“十二五”发展新思路

（一）强化功能　把握未来机遇

规划描述的是瑞应寺未来旅游业的发展，突出发挥多种功能，是“十二五”的一个新思路，旅游不能只局限于经济功能，要同时发挥多种功能，一是经济功能，二是社会功能，三是文化功能，四是环境功能，五是国际化功能，这是瑞应

寺未来发展的一个机遇。强调就业功能、扶贫功能、文化功能、环境功能，拓宽“十二五”旅游发展的新思路，突显旅游的作用。

（二）培育要素市场建设　全面提升发展质量

制约旅游市场发展实际上就是要素市场的培育，瑞应寺旅游发展还存在结构性的供给和需求的不平衡的问题，要加快和健全土地、资金、人才、信息、科技、管理等要素市场的建设。比如人才市场，从旅游来说，人才的需求量越来越大，应尽快培育、促进旅游人才要素市场的建设，全面提升包括服务质量、市场秩序等的发展质量。

五、重视环境保护　促进旅游经济可持续发展

瑞应寺的旅游发展要全面认识环境，弥补自然环境，提升人文环境，改善经营环境，完善市容环境，强化休闲环境，优化交通环境，协调景观环境，严格保护环境，创造好的发展环境。要深刻理解可持续发展的科学内涵，正确处理旅游发展与生态环境保护的关系，建立瑞应寺旅游与环境的良性互动关系。实现旅游发展与环境保护“双赢”，是促进旅游业健康、持续发展的基础。避免由于地方政府片面追求经济效益，而无视环境容量，放松旅游开发的环境保护和管理，造成环境的严重污染和生态破坏。

在旅游发展与生态环境保护中，应遵循合理规划、综合决策、协调发展的原则；遵循保护优先，在开发中保护、保护中开发的原则；遵循建立合理的市场机制，确保旅游收益公平的原则。旅游生态环境保护是一项关系现代社会经济发展和子孙后代福祉的大事。今后一个时期旅游，生态环境保护工作要重点抓好如下几项工作：

第一，进一步健全旅游环保管理制度和法律法规

旅游环境保护和一般意义上的环境保护相比，所涉及的面更广，因素更复杂。因此，有关立法部门应尽快制订和颁布《旅游法》、《旅游环境保护暂行规定或条例》等有关法律、法规，以便和已有的制度配套完善；与此同时，更要通过依法守法来保护和治理旅游环境，要建立强有力的旅游环境保护管理机构和完整的管

理体系，来执行有关法律、法规，并监督和管理旅游开发和发展中的环境问题，做到有法必依、有法可依。规范旅游开发行为；旅游全行业要更加自觉、主动地去贯彻环境保护这一基本国策，

第二，抓好旅游区的生态环境保护机制，准确把握旅游资源开发的合理度。要建立环保奖惩制度，健全职责范围岗位责任制。在编制旅游区总体规划时，必须对生态旅游区的地质资源、生物资源和涉及到环境质量的各类资源进行认真的调查，要在对生态旅游地区全面正确认识的基础上采取积极有效的措施，消除或减少污染源，加强对环境质量的监测。同时，规划时要注重多方的参与,普遍征求所有与区域总体布局等相关利益集团的人员的意见。加强政府的宣传与管理。

第三，加强旅游区生态环境保护监管，坚决制止新的生态环境破坏；加强对旅游区（点）开发和旅游城市建设规划中生态环境保护和建设规划的管理和监督力度，要做到规划先行，实行有序开发。

第四,开展典型示范,引导生态旅游健康发展;通过进一步深入开展创建“绿色饭店”、“绿色餐馆”、“绿色景区”和“绿色经营”的活动，使旅游发展跨地区联动、多部门合作，形成自身优势，以生态形式健康发展。

第五，加强宣传教育，提高广大公民的生态环境保护意识与素质；

提高环保意识、实现全民参与管理。 旅游环境保护作为一项系统工程，需要政府、管理部门，当地居民和旅游者的全体参与。因此，通过法制观念教育、全面观念教育以及长远观念教育，来提高全民族乃至入境游客的环境保护意识，这对于持续发展旅游业具有十分重要的意义。旅游开发要充分尊重居民对发展旅游的认识，鼓励居民直接参与旅游开发和发展。

第六，加强部门的联合与合作，共同推进旅游业健康、持续发展。

政府主导旅游发展，应当科学处理政府、企业、市场三者的关系，政府主要对旅游业实行宏观调控，而不是以政府代替企业或市场本身。地方行政领导不得越权审批资源开发项目，不得利用行政权力干预环保执法，并制定相应的约束机制给予保障。把资源、生态状况作为考核干部的重要内容。政府所要做的就是以弥补“市场缺位和市场失灵”的弊端为依据，对旅游企业实行间接控制。在市场经济条件下，政府的这种宏观调控主要通过经济手段、法律手段和行政手段来进行系统实施。建立生态环境保护合理补偿机制，应该按照“资源共享，成本共担”

原则，由政府出面，制定生态环境保护补偿政策,建立生态补偿机制。