

广州市海珠区旅游局文件

海旅发〔2018〕 1号

关于印发《广州市海珠区“十三五”时期 旅游业发展规划》的通知

区各有关单位：

现将《广州市海珠区“十三五”时期旅游业发展规划》印发给你们，请结合工作实际，认真贯彻落实。


广州市海珠区旅游局
2018年1月15日

广州市海珠区“十三五”时期旅游业 发展规划

广州市海珠区旅游局

目 录

第一章发展基础与发展环境	1
一、“十二五”旅游业发展成就.....	1
二、“十三五”旅游业发展面临的困难与挑战.....	4
三、“十三五”旅游发展的环境.....	6
第二章指导思想与规划目标	7
一、指导思想.....	7
二、发展原则.....	8
三、规划目标.....	9
四、空间布局.....	10
第三章主要任务	13
一、围绕建设国际中心城市核心区，推进景城一体化旅游发展.....	13
二、着力推进旅游供给侧改革，促进旅游产业转型升级.....	16
三、实施“旅游+”战略，促进旅游与相关产业融合发展.....	19
四、按“旅游惠民，主客共享”理念，加快构建全域旅游休闲服务体系..	25
五、开展旅游宣传推介活动，塑造鲜明的旅游目的地形象.....	28
第四章保障体系	30
一、组织保障.....	30
二、政策保障.....	31
三、资金保障.....	32
四、人才保障.....	32
五、生态保障.....	33
名词注释	
附表 十三五旅游发展重点项目库	

根据《珠江三角洲地区改革发展规划纲要(2008-2020年)》、省、市、区关于“十三五”时期规划编制工作的总体部署及《海珠区国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，制定“十三五”时期海珠区旅游业发展规划。

本规划执行期为2016年——2020年。

第一章、发展基础与发展环境

一、“十二五”时期发展成就

“十二五”期间，海珠区部分纳入统计的旅游企业(参与广州市旅游局统计系统的15家景区、29家酒店、33家旅行社总社)接待国内外游客总人数9609万人次，年均增幅超过10%，旅游总收入126亿元，年均增幅超过13%，旅游业已逐渐成为全区最具活力的新兴产业之一。截至2015年，全区年接待游客超100万人次的旅游景点3家，国家4A级旅游景区1家、国家3A级旅游景区5家；全区各类宾馆酒店旅馆近400家，星级酒店15家，五星级酒店1家；旅行社总社41家，旅行社分社42家，旅行社服务网点85家。

(一)旅游产品日益丰富。“十二五”期间，海珠区坚持高起点、高标准、高品位的旅游开发思路，实施大项目带动，开放了海珠湖、海珠国家湿地公园、黄埔古村人文历史展览馆、海珠儿童公园等旅游景点，重点打造海珠环岛游、绿道游、双层巴士游、有轨电车游、珠江夜游、广州塔珠江联游等特色旅游产品，成功推出岭南文化游、近现代革命史迹游、休闲观光

游、现代都市游、海上丝绸之路主题游等精品路线，成功培育了都市观光、岭南文化、休闲度假、商贸会展、创意文化、水乡生态、乡村旅游、节庆旅游、体育旅游等多元旅游业态，旅游内涵日趋丰富，特色愈加鲜明，对国内外游客及广州市民形成了较强的旅游吸引力。

(二)旅游服务配套日趋完善。“十二五”期间，海珠区旅游服务配套投资力度进一步加大：**一是公共旅游交通服务功能提升。**全区新建成绿道累计157.7公里，实现了绿道与人行过街设施和公园绿地、城市居住区和公共休闲广场无缝对接。双层巴士旅游公交线路（珠江泳场至黄埔古村）、新型有轨电车试验段（广州塔至万胜围）开通，将交通路线经过的旅游景点串成精品文化旅游线路。广州旅游集散中心（海珠站）投入运营，为旅行社及游客提供约2000 m²的交通换乘场地，4家旅行社进驻，10条旅游班线开通。**二是休闲旅游服务设施逐步完善。**广州塔、珠江琶醍、海珠国家湿地公园、太古仓码头、十香园纪念馆等景区按A级景区标准扩建或改造游客服务中心，设置景区导览图、旅游交通标识等。休闲广场、体育场馆、市政公园、博物馆等休闲功能设施日益完善，兴建了一批旅游厕所、旅游标识、咨询服务中心，改造完善了周边旅游住宿和餐饮设施，实施了一批旅游绿化美化亮化工程，休闲环境得到改善。**三是智慧旅游服务体系不断优化。**成功搭建了“海珠旅游”官方网站、微博、微信组成的网络体系，提供及时、准确的旅游服务

资讯及旅游公共服务指引。广州塔开发了广州首家景区 APP 软件“玩转广州塔”，旅游产品进驻天猫旗舰店等，实现了网上购票、导览、实景增强、社交分享、活动参与等功能，成为广州智慧旅游翘楚。顺应传统旅行社与旅行服务新业态融合发展趋势，广州交易会旅行社等依托自身官网、微信公众号提供酒店预订、租车预订、餐饮服务、旅游线路组织等商旅宣传及服务。

(三)旅游品牌形象显著提升。“十二五”期间，海珠区着力创新营销模式以促旅游品牌影响力不断扩大。一是**利用线上新媒体平台提升海珠旅游关注度**。借助“海珠旅游”微博、微信、官网“三位一体”的智慧旅游宣传体系，策划了“寻景启事”“来海珠一游未尽”“乐拍海珠”等系列活动进行线上线下一互动推广。二是**组织旅游宣传推广提升整体旅游形象**。组织“万人游海珠”及海珠十大新名片评选活动，举办旅游形象与宣传口号征集评选活动等，提炼海珠区作为旅游目的地的整体形象；以“海珠环岛游”为主题设计印发了旅游宣传册、旅游地图、书签、杯垫、环保袋等精美实用的旅游宣传品。三是**打造大型品牌节庆活动形成旅游口碑**。以旅游景区为主阵地，举办了琶醍啤酒节、十香园岭南书画艺术节、黄埔古村岭南祠堂文化节、小洲村艺术节等活动，扩大了景区的影响力。四是**整合利用主流媒体宣传资源扩大海珠旅游影响力**。拍摄海珠旅游宣传片及微电影，投放网络、有轨电车、展会厅、景区、多媒

体触摸屏等平台；加强与《中国旅游报》、《广九直通车》杂志等报刊媒体的宣传合作，利用境内外媒体等进行专题宣传以提升海珠区在境内外的知名度、影响力。

（四）旅游产业结构优化效果明显。“十二五”期间，在住宿企业方面，以广交会威斯汀、南丰朗豪、卡威尔等为代表的高端酒店，以达镖国际、珠江国际、蓝海大厦、悦品四季等为代表的精品主题酒店，以7天连锁、如家快捷等为代表的经济型品牌酒店相继开业营运，使海珠区高档次酒店大幅增加，经济型品牌逐步替代低星级酒店。在旅游景区方面，成功创建国家4A级旅游景区1个、国家3A级旅游景区5个，海珠湿地通过国家湿地公园验收，成为全省唯一一个国家重点建设湿地，提升了海珠旅游品牌的价值。广州塔、珠江琶醍啤酒文化创意区、太古仓码头等景区不断延长旅游产业链条，构建旅游产业综合体，打造城市时尚、文化创意、高端餐饮、娱乐购物等高端产业聚集地带，初步彰显了文化、旅游、商业集群效应，经济效益越来越好。在旅行社方面，出现了一批倾力打造旅游电商平台的新型旅行社，积极探索“互联网+旅游”为平台的产业创新发展和转型升级新路径，有力推动了海珠区旅行社互联网化的整体水平。

二、“十三五”旅游业发展面临的困难与挑战

（一）旅游业供需结构性矛盾突出。旅游业长期受到产业内部供需结构性矛盾的困扰，供给侧结构性改革任务复杂而艰

巨。其中最为突出的问题是旅游产业结构、产品结构与需求结构的不匹配。从全区情况看，这种不匹配至少体现在两个方面：一方面，“吃住行游购娱”六大传统旅游要素与运动、养生、教育等新要素的结构，与当前旅游市场对新要素的需求结构不匹配。海珠区旅游景区（点）属于公益性质的比较多，市场化开发水平不高，很大程度上仅局限于景色的打造而非旅游产业链的全方位完善，所以景区接待量虽大，但游客消费项目较少。另一方面，目前海珠区旅游供给体系尚不具备对需求变化的快速适应能力，所提供的旅游产品结构不能灵活地适应多样、多变的旅游需求。近年出境游已成为广州普通中产阶层常态化的生活方式，但海珠区仅有 3 家旅行社总社有经营出境游资质，其推出的高端商务旅游、养生旅游、研学旅游、休闲度假等适应市场的新需求的产品的竞争力不强，从全区来看，尚未形成主题鲜明、配套完善、特色突出、具有较大国际竞争力的成熟旅游产品体系。

（二）旅游对外形象不够鲜明。宣传营销形式单一、旅游宣传主题不明确，导致全区旅游宣传推介滞后、缺乏竞争力。目前，全区没有形成统一的旅游主题形象，节庆活动多、高端，但不接地气，缺乏打造具有“海珠特色”的重量级文化旅游产品，造成海珠目前的旅游形象模糊化，也无法构建有影响力的特色旅游品牌产品体系。

（三）旅游服务配套设施不足。区内的不少旅游景观在建设

规划的前期并非定位为大型的旅游景点，基础设施的建设未考虑旅游需求，导致开放后旅游配套设施难以与建设好的景观衔接与融合。旅游产业综合配套性差，区内缺乏大型的特色旅游购物街区、休闲度假中心、高端度假酒店等，游客停留、住宿的数量较少，造成综合旅游消费低。休闲旅游要素发育不足，城市旅游集散中心、旅游停车场、旅游交通标识牌等旅游交通配套无法满足大众化旅游、自助旅游发展的需要。

（四）旅游产业发展体制机制有待理顺。旅游资源归属复杂，统筹协调发展受到体制机制的制约。海珠区缺乏金融扶持、财政奖励等促进旅游发展的政策，在旅游发展上缺乏产业之间和部门之间的联动，尚未成立区一级旅游业发展的协调领导机构，跨部门跨行业的沟通合作存在明显瓶颈。

三、“十三五”时期海珠区旅游业发展环境

（一）国家宏观战略层面的机遇

国家旅游局提出了全面推进全域旅游的战略理念，旅游业发展步入全新的发展时期，全面引入全域旅游的发展理念与模式、为海珠区统筹谋划好旅游业“十三五”规划工作提出了更高的要求。此外，旅游业发展“515”战略、旅游厕所革命、旅游供给侧改革等一系列促进旅游发展的政策相继出台，为经济和旅游业的发展提供良好的政策机遇；“一带一路”“互联网+”“21世纪海上丝绸之路”等国家战略的提出为旅游业带来创业创新的巨大空间。

（二）市域中观层面的机遇

广州市“三中心一体系”“三大战略枢纽”“国家创新中心城市”的建设战略、“144小时便利签证”和“72小时过境免签”等政策、“全国旅游综合改革试点城市”等发展举措，为广州及海珠区旅游业的发展带来多重机遇。

（三）区域微观层面的机遇

旅游业发展规划首次纳入海珠区重点专项规划，“都市旅游业”作为海珠区“优化提升若干生活性服务业”的重点发展产业，海珠区的旅游产业地位提升到前所未有的高度。海珠区是“珠三角1小时生活圈”中心城区，直接面对以广州及珠三角地区为核心的旅游市场，历来旅游需求旺盛、消费水平较高。近年旅游规模急速增长，城市居民短线休闲、家庭度假出游频次增加，对生态环境和文化体验诉求提升，为海珠旅游目的地发展提供了现实的市场增长空间。

第二章、指导思路与规划目标

一、指导思想

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神，切实贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，结合海珠区着力建设创新之区、国际商贸交往中心区、生态文明示范区、文化名区、幸福美丽海珠的城区发展定位，贯彻全域旅游发展的理念，拓展旅游空间、融合旅游产业、优化旅游管理、加强旅游建设，实现城景合一，主客共享，将海珠区

建设成为旅游特色鲜明、旅游环境一流、旅游服务先进、旅游配套完善的全域旅游目的地。

二、发展原则

（一）创新驱动

贯彻落实创新驱动发展战略，依托海珠区丰富的科技、智力和产业资源，推动“创新+”、“互联网+”与旅游产业融合发展。一方面注重政府引导，搭建高端平台，加快旅游业在体制改革、产品构建、产业融合、形象塑造、智慧旅游建设等方面内容上的创新。另一方面充分发挥市场机制和企业主体作用，结合“大众创业、万众创新”的背景，引导旅游企业更加深入、更加主动地运用“互联网+”思维，加强对市场需求的深刻洞察和及时响应，引导智慧产业和技术在旅游业及旅游企业发展中的应用。

（二）生态优先

发挥美丽海珠江岛优势，建设生态文明示范区，坚持可持续发展理念，注重生态和人文环境的保护，实施旅游生态保护工程、历史文化保护工程，依托海珠湿地等优质生态资源和广州美术馆、广州博物馆新馆、广州文化馆等公共文化设施，大力推动城市中轴线和海珠国家湿地公园的建设，创新性打造具有现代经济意义的城市中央公园，通过优质的生态环境促进旅游业的发展，将海珠区打造为绿色、生态、宜居、宜业、宜游的示范性城区。

（三）转型升级

整合重组现有的资源和产业，推动旅游产品和各类旅游要素的转型升级，着力推进旅游业供给侧结构性改革，优化存量、补齐短板、延伸链条，丰富旅游产品供给，积极培育旅游龙头企业，大力推动旅游产品向观光、休闲、度假并重发展转变，提高旅游发展的质量和效益。

（四）融合发展

充分发挥旅游业综合性强、关联度高的优势，加快旅游业与电子商务、文化创意产业、商贸会展、体育产业、农业等相关产业的融合发展，以旅游为纽带促进经济社会的协调发展，形成协调共荣的发展态势。

（五）利益共享

坚持以人为本、共享发展。强化旅游富民，以旅游带动经济的发展、就业和居民收入的增加，积极协调旅游开发过程中政府、企业、景区和群众等多方利益，促进民生发展；推动国民休闲计划的实施，发展惠民旅游，使市民和游客更好地共享旅游发展成果，支撑幸福海珠建设。

三、规划目标

经过五年的努力，建成一批支撑型、拳头型重大旅游项目和特色精品项目，增强产业核心竞争力。实现旅游业与电子商务、文化创意、会展业等战略性新兴产业的融合发展，增加旅游产业附加值。提高目的地旅游产品、城市功能、服务体系和旅

游营销的发展水平。到 2020 年，完成海珠区全域旅游示范区创建工作，培育国家 5A 级景区 1 家，新评国家 4A 级景区 1 家、国家 A 级景区达 8 家，成功创建 2 个旅游文化特色村；全区年接待游客突破 3000 万人次，旅游业总收入达到 380 亿元。

四、空间布局

立足全域旅游发展的高度，结合海珠区城市规划发展格局，基于自然生态环境、民俗历史文化等旅游资源的分布以及重点旅游项目、旅游基础服务设施情况，同时承接上位规划《广州市海珠区国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要（2016-2020 年）》，在其基础上提出“一环、三带、四区”的全域旅游发展空间布局，实现“城是一个景、景是一座城、城在景中、景在城中”大景区全域旅游战略格局。

（一）一环

“一环”指珠江沿岸的海珠环岛旅游产业带，它同时也是海珠环岛“创新带”“景观带”“商贸带”。以海珠环岛江岸线、环岛路、环岛绿道的建设为契机，连通沿线各重要景区，打造“海珠环岛游”现代都市文化休闲旅游品牌，打造全市最有特色和最具人气的集休闲旅游业、餐饮服务业、文化创意产业、零售服务业、酒店业于一体的体验式沿珠江旅游产业带。

（二）三带

1. 有轨电车环岛观光带

指有轨电车线网及沿途景色组成的地标空间。十三五期

间，将推进海珠环岛线琶洲加密延伸段、海珠环滨江西—仑头段 2 条新型有轨电车线路建设，建成环岛有轨电车及琶洲支线，依托有轨电车联动周边的旅游景区相关要素产业发展，按照文化创意线模式打造有轨电车专列，在沿途停车站点开展美术展览，阅江路江边绿化带举办音乐演出、露天婚礼等特色文化活动，吸引游客在丰富的文化活动中享受生活，打造集交通、休闲、观光功能于一体的标志性旅游观光带。

2.珠江游水上丝路旅游带

指珠江水域游乐带。推进珠江游深度开发，整合水陆旅游资源推出水岸结合的观光旅游产品，完善珠江日夜游线路，开辟“珠江日游”东部沿线长线游，积极推动穗港澳游艇自由行，打造集交通、休闲、观光功能于一体的水域旅游观光带。

3.总部创意休闲带

指珠江后航道沿江地区，包括凤凰创意园—太古仓创意园—纸厂片区总部经济—大干围总部经济—海珠创意产业园—“广州之窗”总部经济—海珠湿地等。与“一江两岸三带”中“西部珠江后航道滨水创意商贸带”的功能定位吻合和协同，规划打造以“总部经济、创意休闲”为主题的总部创意休闲带，依托珠江后航道黄金岸线，大力发展文化创意、观光、休闲、游憩、体验消费等功能为主的滨水创意休闲带。

（三）四区

1.东部高端会展商务旅游区

以琶州互联网创新集聚区为核心，立足创新、总部、生态元素为基础的总体规划格局，推进水博苑、琶洲湾沙滩泳场建设，形成精致的岭南水乡环境。建设琶洲会展西塔（暂名）和琶洲客运口岸码头，开通前往香港国际机场水上客运航线，建成高端零售业态、商务休闲酒店、特色餐饮等配套设施。融合现代都市游乐、商贸会展旅游、游艇游船、水上观光、餐饮购物、休闲娱乐等功能，打造高端会展商务旅游区。

2.万亩果园城市生态文化旅游休闲区

以海珠湿地为核心，依托海珠国家湿地公园创新性打造具有现代经济意义的城市中央公园，重点推进海珠湿地三期保护工程、七星岗古海岸项目、万亩果园村社经济留用地建设等，最大限度发挥海珠湿地生态效益，重点发展度假、生态体验、游憩休闲旅游，并在保护湿地的基础上适度发展生态型总部经济、科技服务、都市农业、旅游观光、会展配套等产业，打造绿色、生态、宜居、宜业、宜游区域。

3.广州新城市中轴南段文化休闲旅游区

以广州新城市中轴南段为核心，依托广州塔、广州美术馆、广州博物馆新馆、广州文化馆等重点文化设施，以“现代化城市客厅”为总体目标，以“岭南特色，花城绿轴，创意产业”为主题，构筑花城、绿城、水城的标志性文化轴线，建设具有岭南特色的行政、文化、休闲的公共活动区和高品质多元生活空间。重点发展文化体验、休闲娱乐、都市观光、城市休闲游，

建设文化核心区。

4.都市时尚旅游区

以江南西商圈为核心，与海珠区“一轴三核、两带双圈”城市空间新格局中的“西部品质生活圈”的功能定位吻合和协同。加快发展高端商业综合体和地下商业体验步行街，重点打造江南西步行街、海幢文化商圈，辐射提升南华西街、海幢街等西部街道的商贸及旅游环境，通过完善周边路网以及步行、商业设施，加快江南西传统商圈转型升级，提升江南大道两侧的商业等级和规模，增强休闲娱乐功能，打造引领消费潮流的时尚风情商业旺地。

第三章 主要任务

一、围绕建设国际中心城市核心区，推进景城一体化旅游发展，创建“全域旅游示范区”。

围绕海珠区建设国际中心城市核心区，打造“中央创新区（CID）、中央生态区、中央商务区（CBD）、新岭南文化中心区”的发展定位和“都市旅游业”的产业发展布局，把城市作为一个景区进行整体经营和打造，统筹布局全区交通、环保、绿化和城市建设，面向市民和游客推进景区和城区一体化发展，吸引游客在景区赏景、到城区消费，探索独具特色的“景中城”、“城中景”、“景城一体”新型旅游城市发展之路、城市建设之路，重点打造四大核心城市旅游产品。

（一）现代城市观光旅游产品

打造“白天游中轴，晚上看珠江”的城市观光旅游品牌：一是提升珠江游沿岸标志性景观质量，以广州塔、广交会展馆、海珠桥、猎德大桥、海印桥等现代城市景观为重点，注重景观质量和可游性，通过游船连接、两岸灯光设计、附近桥梁美化等措施，加强广州塔和海心沙、花城广场的两岸联动，形成两岸对景、水上观景、桥上观景等全方位景观亮点。整合广州塔及海心沙、花城广场、珠江游等资源联合组成的都市旅游景观带，创建国家 5A 级旅游景区。二是以城市新中轴重要廊道的景观性打造为核心，建设好城市新中轴线南部广州美术馆、广州博物馆新馆、广州文化馆等重大文化设施，整合广州塔、赤岗塔、TIT 创意园、岭南公园等打造城市轴线精品公共空间，突出“新岭南文化轴”，展现城市文化新核心区形象。

（二）都市生态旅游产品

1.构建具有“花城、绿城、水城”特色的都市生态旅游产品体系：一是全域绿化营造优质的都市生态旅游环境。推广实施屋顶绿化、绿地景观化、立交桥垂直绿化、景观园林化、园林艺术化等改造工程，实现艺术化绿化。按照岭南特色、花城绿轴的定位，加快建设中央绿轴、海珠湖等生态绿地公园，把中央绿轴打造成自然环境与城市融为一体的标志性景观，促进江、涌、湖、园、林生态格局和绿道网不断完善，凸显“绿城”特质。二是以珠江为主脉，开展河涌流域综合整治，河道拓宽及清淤工程、观景亲水平台建设等工程，通过恢复历史水系将各

条河涌与珠江、城区湖泊、主要绿道相互串联，形成顺畅通达各个重点旅游景区的水系交通网络，凸显“水城”风貌。三是在海珠湖、海珠国家湿地公园、海珠儿童公园、大型城市广场选取多节点，建设数片“花海”，每片“花海”以一种开花乔木为主题，分布于春、夏、秋、冬四季，形成四季“花城”旅游产品。

2.建设世界城市中心区面积最大城市湿地，启动海珠湿地三期保护建设，完善湿地配套，打造为集“生态湿地、旅游景观、园林文化、历史名村、观光休闲、科普教育”六大功能为一体的“都市果林湿地”，增加水果种植体验园、水果采摘园、果树研究基地、夜观萤火虫、蝴蝶蜻蜓探奇、观鸟等生态体验项目，完善湿地动植物探索和果树采摘体验的功能。

（三）城市休闲旅游产品

1.打造城市休闲空间。不断完善广场绿地、主题公园、体育场馆、会展中心、特色街区、宾馆饭店、游乐场所以及博物馆、文化馆、图书馆、展览馆、影剧院、书院、画院等文化基础设施，形成休闲旅游的空间和载体。实施“旅游惠民”工程，对政府投资建设的、经营成本不高的景区、公园、博物馆等各类参观点原则上实行免费，或者仅收取较低费用，充分发挥其社会公益性，引导游客参观。

2.完善城市休闲设施。调整关于基础设施的建设理念，以人为本，按照“人性化、便捷化、舒适化、国际化”的要求，

全面提升交通、通信、体育、娱乐、健身等基础设施档次，建设好驿站、亭廊、亲水平台、便民服务点、自行车、警务室、医疗室等休闲设施，为休闲文化发展提供坚实的物质保障。

3.培育特色休闲街区。以广州塔时尚商圈、江南西商圈、太古仓码头创意区、丽影广场、乐峰广场等龙头项目引领，推出主题游乐、健身娱乐、康体养生、购物休闲、餐饮休闲、特种电影等各种娱乐休闲衍生产品，提升城市休闲文化品位。

（四）商务会展旅游产品

提升琶州互联网创新集聚区的旅游氛围与核心吸引力，推进水博苑、琶洲湾沙滩泳场、琶洲航站楼的建设，围绕展馆设计一系列最佳观景点，配备购物广场、纪念品商店、主题餐厅等旅游服务设施，研究建设琶洲至港澳水上客运航线，加快完善体验式消费、文化演艺、节庆活动、旅游综合服务旅游功能，建设具有国际化标准和岭南特色的中央商务休憩园区、旅游购物街区、美食文化集聚区、休闲度假主题酒店等，提升会展游客出游及消费的便利性。

二、着力推进旅游供给侧改革，促进旅游产业转型升级

以供给侧改革为指引，按照“巩固基础、提升核心”的思路，通过“全要素提升、多产业融合、多业态创新”等措施，提升供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率，加快旅游业转型升级。

（一）从提高供给质量出发，发展岭南特色中高端餐饮业，

打响餐饮品牌，助推海珠区打造餐饮名区。创新餐饮品牌营销方式，发扬现有老字号、五钻级酒家的优势，培育知名餐饮品牌和金牌农家乐，制作并发放海珠美食地图，与美食类电视节目、美食期刊杂志、知名团购网站合作宣传。组织“美食节”“购物节”“啤酒节”等与美食相关的活动，对品牌美食进行推广。发展特色美食街，引导餐饮企业加强硬件设施建设和内部管理，提升自身供应服务水平，规划建设餐饮文化主题鲜明、具有地标效应的特色美食街，如江南西美食一条街、琶醍美食集聚区、花城往事岭南美食文化园。打造高端餐饮集聚区，推进琶洲国际商务会展区餐饮配套设施建设，逐步引入一批具有广州特色、融合各地风味的高端餐饮企业进驻商务、旅游服务区，提供高端餐饮服务。

(二)着力推进供给结构调整，做强精品、突出特色主题，配置多元业态，建设满足不同类型旅游者需求的住宿。立足市场需求，着力构建星级酒店、国际品牌酒店、精品酒店、主题酒店和经济型酒店、家庭旅馆、乡村民宿协调发展的旅游接待体系。实施结构调整，积极引进大型酒店集团、精品酒店品牌或专业酒店管理集团，打造系列品牌，培育特色住宿设施。拓展产业维度，培育新型住宿业态，支持“互联网+旅游”衍生出的新兴住宿接待业态的发展并探索完善管理体系。

(三)提高要素配置的效率，以市场为主体，以整合增加新的供给，整合资源打造多元化旅游精品项目。一是打造核心旅

游景区。加快景区的升级改造，完善配套设施建设，及时维护景区设施设备，保障游客的使用。加快黄埔古港古村景区、小洲村、海珠国家湿地公园的旅游开发，逐步探索将可参与市场经营的文化旅游资源分离，由企业独立开发和管理。二是开发旅游精品线。根据不同的主题类型，形成不同的游览线路。积极推进旅游商家合作，通过发行“联名旅游卡”、旅游折优惠套票等，共同推出一批休闲旅游项目和线路。三是打造休闲娱乐购物的产业聚集区。打造广州塔、珠江琶醍啤酒文化创意艺术区、太古仓码头、TIT创意园成为新型的城市旅游综合体，积极融合多层次的体验式购物、美食、休闲娱乐、时尚创意节庆活动等丰富功能，以高度融合的多元业态促进旅游的持续发展。

(四)创新丰富旅游商品体系，培育新的旅游消费热点，提高旅游购物在旅游消费中的比重。开发特色旅游商品，支持非物质文化遗产资源、特色工业产品、传统手工艺品旅游商品化，积极开发文化创意旅游商品，打造旅游食品、旅游工艺品、旅游纪念品三大系列旅游商品。举办旅游商品创新设计大赛、旅游产品推介会、优秀旅游商品征选等活动。合理布局旅游购物点，在黄埔村黄埔直街、江南西商业街、南华西骑楼街区等地设置购物“一条街”；依据旅游集散中心、游客服务中心的级别不同，设置不同规模的旅游购物中心；在广百新一城、丽影广场、富力海珠城等城市综合体内设置综合旅游购物卖场；在广州塔、海珠湖等游客密集场所增设广州旅游特色商

品店或销售点。创新经营销售模式，创新旅游商品制造业基地建设，积极开展 F2T (Factory to Tourist) 直销旅游新模式，将广州珠江啤酒博物馆、陈李济中药博物馆等工业旅游基地变成旅游者必去之地。以企业为主体，借力互联网+打通旅游商品线上、线下通道，以明码标价、文化体验、开放货架等全新模式打造旅游商品销售平台。

(五)增加游客参与活动项目，增加游客逗留时间，提高旅游综合效益。丰富旅游节事活动，依托特色文化资源，积极发展各类旅游活动与项目，以大型节庆活动为龙头，激活、串联、带动夜宴、演艺吧、酒吧、茶吧等旅游娱乐产品；利用广州美术馆、广州博物馆新馆、广州文化馆、珠影文化创意产业园等文化娱乐资源，开发具有观赏性、时尚性、参与性，互动性强、多种业态的旅游演艺娱乐项目。开展夜间休闲娱乐活动，支持和引导具有地域特色的民俗活动进入市民的夜生活，在主要商业街区组织开展街舞、魔术等观赏性强的街头艺人表演，同时鼓励旅游景区、图书馆、文化馆、体育馆等适当延长开放时间，打造一批水疗休闲、酒吧餐饮、高温瑜伽等高端休闲场所，为市民和游客提供优良的夜生活服务。

三、实施“旅游+”战略，促进旅游与相关产业融合发展

紧抓互联网时代发展的新动力，实施“旅游+”战略，增强旅游产业的融合功能，全面推进相关产业的融合发展，催生一批旅游新业态，不断延长旅游产业链条，构建旅游产业综合

体，培育新的旅游消费热点，促进旅游业与相关产业融合发展构建“全产业”旅游发展新形态。

（一）旅游+商贸会展

1.发展会展旅游产业，夯实“国际展都”形象，以琶州地区为中心，串联起广州塔的景观功能、珠江琶醍啤酒文化创意艺术区的休闲配套功能、万亩果园的生态功能和黄埔古港古村的文化功能等，实现会展龙头对周边旅游资源的辐射以及周边资源对会展质量的提升。整合会展场馆资源，发挥“广交会”的平台和品牌优势，在展会期间推介文化旅游景区、旅游线路和休闲娱乐项目，举办大型节庆活动和体育赛事。在会展淡季，利用场馆举办旅游交易活动、旅游节庆或主题演出，形成淡季旅游吸引核，通过定向宣传实现由商贸客商向商务游客的转变。针对会展游客开展短途旅游营销，以旅游延伸会展产业链，策划系列高端会展主题活动，举办特色晚宴和聚会等活动，将主题会展活动与主题旅游结合，使会议展馆价值外溢，联动周边旅游资源，凭借各自优势互动发展，提升广交会对住宿业以外的其他旅游服务业带动作用。

2.整合文化、商贸的特色资源优势，挖掘商都文化，创新个性化服务体验，放大商贸场所的文化风情，建设一系列国际化、历史感、多领域、多层次的体验型消费休闲区。提升江南西、南华西等商业街区品质，鼓励设置广州手信、创意商品文化商铺，促进特色商贸街区景区化，形成特色商贸文化旅游产

业集群。

（二）旅游+文化

1.提升旅游发展文化内涵。一是提升旅游景区和旅游产品的文化内涵。以海珠湖为载体，融入海珠历史文化特色，逐步形成“看海珠风景、听海珠故事、品海珠文化”的“自然+人文”景区；以绿道、水道、有轨电车串联周边的市政公园、历史遗迹、人文景点，打造“生态景区+历史人文景区”复合式全域式都市生态文化旅游产品。二是打造文化旅游精品。挖掘、串联、整合散落珠江沿岸的文化遗产，梳理现存的各级文物古迹、历史建筑、历史街区、历史水系、港口码头、工厂旧址等工业遗产，将珠江前航道即滨江路一带的散落文物景点，如橄榄桥、海幢寺等串联成旅游线路，讲述广州城市故事。将黄埔古港古村、广州塔、太古仓码头等文化景点串成线、连成面，鼓励历史文化旅游、非物质文化遗产传承体验旅游、岭南文化旅游、红色文化旅游、宗教文化旅游、工业旅游等特色文化旅游发展，打造近代革命策源地、海上丝绸之路发祥地、岭南文化汇集地、都市滨水休闲地的“四地”文化品牌。

2. 保护性开发利用文化资源。支持大元帅府、潘家大院、南华西历史文化街区、洪德路骑楼街等文化遗产地、粤剧、岭南古琴等非物质文化遗产、民俗节庆等特色文化资源的保护性开发利用，支持发展工艺美术、传统戏剧、演艺娱乐、文化旅游、特色节庆、特色展览等特色文化产业，形成一批历史文化

主题区域，推动旅游业转型升级，提升文化旅游附加值。建设十香园书画文化带，在晓港公园打造岭南书画艺术平台，在广州美院附近打造海珠书画一条街，打造岭南画派艺术展示地、交流地、研究地和传承地。进一步开发黄埔古港古村，推动黄埔古村名人故居博物馆群建设，开展中国皇后号史迹公园规划，哥德堡号和中国皇后号商船品牌宣传及运用，打造海上丝路主题的历史文化景区。

3.大力发展文化创意产业。支持具有地域和民族特色的文化创意工艺品、非物质文化遗产展演、艺术展演等特色文化创意旅游产品开发。基于雄厚的动漫、影视、设计等现代文化创意产业基础，结合游客需求，以旅游促进创意的多重使用，设置园区标志性景观、推出特色创意商品，并通过中西方节庆、艺术展览、产品发布会等节事活动形成旅游热点，延伸创意体验类产品，提升创意园区的旅游吸引力。紧紧抓住特色小镇建设契机，充分发挥自身产业发展优势，积极培育各类特色小镇和旅游基地，建设黄埔古港古村、珠江琶醍啤酒文化创意区、珠影文化创意产业园等具有鲜明文化符号的文化旅游项目，重点打造服装创意 T.I.T 创意园、码头艺术风情太古仓码头、民俗博物馆小洲村等为代表的一批地方特色与时尚文化相结合的城市文化娱乐品牌。

（三）旅游+互联网

1.保障“旅游+互联网”基础条件。一是推进旅游区域互联网

基础设施建设。加快推进机场、车站、码头、宾馆饭店、景区景点、旅游购物店、主要乡村旅游点等旅游区域及重点旅游线路的无线网络等基础设施的覆盖，到 2020 年，全区实现 3A 级以上旅游景区和三星级以上宾馆无线网络全覆盖；在车站、码头、宾馆饭店、景区景点、旅游购物店、游客集散中心等主要旅游场所提供 PC、平板、触控屏幕、SOS 电话等旅游信息互动终端，使旅游者更方便的接入并使用互联网信息服务和在线互动；到 2020 年，旅游大巴、旅游船和 4A 级以上旅游景区的游客集中区域、环境敏感区域、旅游危险设施和地带，实现视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施的合理布局，将旅游服务、客流疏导、安全监管纳入互联网范畴。

2.支持在线旅游创业创新。鼓励各类创新主体充分利用互联网，开展以旅游需求为导向的在线旅游创业创新。支持旅游创新平台、创客空间、创新基地等旅游新型众创空间发展。支持企业利用互联网平台，整合私家车、闲置房产等社会资源，规范发展在线旅游租车和在线度假租赁等新业态。创新发展在线旅游购物和餐饮服务平台，积极推广“线上下单、线下购物”的在线旅游购物模式和手机餐厅服务模式。积极推动在线旅游平台企业的发展壮大，整合上下游及平行企业资源、要素和技术，推动“旅游+互联网”的跨界融合。推动“旅游+互联网”投融资创新，大力推广众筹、PPP 等投融资模式，引导社会资本介入“旅游+互联网”领域，加快“旅游+互联网”创新发展。鼓励旅游

企业和互联网企业通过战略投资等市场化方式融合发展，构建线上与线下相结合、品牌和投资相结合的发展模式。

3.完善智慧旅游公共服务体系。加大旅游公共信息的互联网采集和运用，推动旅游公共信息数据向社会开放。运用互联网，建立旅游诚信信息交流平台，加强对旅游企业信用的监管。运用互联网开展文明旅游引导，定期发布游客不文明旅游行为记录。运用互联网开展旅游应急救援。

（四）旅游+体育

1.依托湿地、河涌、绿道等旅游资源，开展户外素质拓展、垂钓、划船、游艇、赛龙舟、游泳、骑行等体育运动，开发户外休闲运动旅游线路，打造观光、休闲、体验等功能于一体的体育旅游集聚区。

2.规划建设广州塔极限运动功能区、打造双鱼创意产业功能区、太古仓游艇休闲运动区、海珠体育中心健身运动区等，逐步形成“15分钟体育圈”，落实“双14”惠民政策。盘活利用公共体育场馆资源，通过开展高端赛事、文体汇演、场地租赁等打造成区域性体育中心，充分发挥区域特色形成若干个集极限运动、培训、观光、美食为一体的休闲娱乐基地。

（五）旅游+农业

1.打造乡村旅游节庆活动品牌。促进乡村旅游节庆多元化，扩大端午赛龙舟、迎春灯会、“三月三”北帝诞、岭南祠堂文化节等乡村节庆知名度。

2.大力发展乡村旅游。做好小洲村、黄埔村综合环境整治工作，挖掘文化旅游资源潜力，因地制宜，采用市场主导、政府引导、龙头企业带动、全产业链发展等多种经营模式，整合、升级、改造乡村闲散旅游资源，形成规模经济，擦亮黄埔古村“海上丝绸之路始发地”，小洲村书画之乡、岭南水乡的文化品牌。

四、按“旅游惠民，主客共享”的理念，加快构建全域旅游休闲服务体系

旅游主体大众普及性、旅游对象的广泛性、旅游空间开放性、旅游方式自由性的特征越来越明显，在海珠建设宜居宜业宜游之城及全域旅游发展的背景下，旅游公共服务体系建设不仅要为外来游客提供优质的服务，同时也要充分考虑本地居民的休闲需求。

（一）建设生态化、特色化慢行旅游交通系统。

一是优化绿道网的建设，绕岛成环，串绿成网；串联城市景观、旅游景区、历史街区。二是加快实现环岛路全线贯通，依托 42 公里珠江岸线打造集交通、休闲、观光功能于一体的标志性景观道路。三是重点完善绿地绿道设施，新增城市轨道站点与周边 3 公里以内地区的自行车接驳，加强自行车停放设施建设。四是支持共享自行车运行平台整合规模化的车辆、俱乐部资源，与景区合作提供车辆预订或出租，推荐骑行线路，提供机票酒店预订、车辆托运、骑行目的地旅游线路产品、打造

社交平台等一系列服务。

（二）建设便捷舒适、多元化的旅游交通设施。

一是推动新型有轨电车建设。争取开通海珠环岛线琶洲加密延伸段，推进海珠环滨江西—仑头段的建设工作。结合新中轴的需要推进海珠湖环线的前期工作。二是发展水上交通设施。规划建设琶洲至港澳水上客运航线，实现 1 小时至香港及珠三角主要城市，为国际客流提供快速便捷的出入境服务。推进沥滘客运港建设，服务对外客运、市内水上巴士及旅游线路等不同功能客运航线。建设瀛洲生态公园景观码头，承担市民及游客旅游观光、休闲娱乐功能。结合旅游业发展研究建设邮轮码头。三是建设公共交通服务设施。通过扩建停车场、开通旅游专线巴士或增开公交线路，强化对旅游客流的科学引导。完善交通主干道上标识系统的布置，增加对景区的指引标识，积极与市级对接落实新建停车场问题。

（三）推动旅游信息咨询服务体系建设。

在商业街、车站、景区等人流聚集地设立旅游信息咨询服务中心，承担信息咨询、宣传推广、旅游投诉等业务。在节假日、重点路段、会展期间设立临时旅游咨询流动站，组织志愿者、高校实习生，开展旅游咨询、交通疏导等服务，为游客提供最大便利。实现主要景区（点）建有旅游服务中心，具备咨询、导游、购物、医疗和投诉的基本功能。加大公共服务设施的投入，通过扩建停车场、开通旅游专线巴士或增开公交线

路，强化对旅游客流的科学引导。完善广州旅游集散中心（海珠站），研究建设广州塔旅游集散中心、琶洲国际旅游服务中心，全方位对接自由行游客。

（四）高标准建设旅游基础配套设施。

1. **布局旅游标识系统。**推动标识系统改造升级，导入 A 级景区的相关标准，从标识系统类型、数量、布局、规范、语言等几个方面进行有序提升。

2. **实施旅游厕所提升工程。**按标准新建和改造旅游厕所，以旅游景区、旅游线路、交通集散点、乡村旅游点、旅游餐馆、旅游娱乐场所、休闲步行街区等七大类旅游厕所为重点，加快海珠国家湿地公园、岭南公园等新建休闲娱乐公园的旅游厕所建设，男女厕位比例达到 2:3，按标准推进第三卫生间建设，在重点旅游景区打造旅游厕所示范点。探索利用移动平台实施旅游厕所管理模式，将海珠区域范围内所有的公共厕所的位置、使用、保洁、管理服务统筹网络化管理。

3. **全面铺开公共场所母婴室建设。**按照公共场所母婴室规范标准，分类、分级、分步骤推进，力争全区重点公共场所建成母婴室 20 间，其中 2 间示范点，实现海珠区内重点景区、大型商场超市、三甲医院、客运站、公园、高星级酒店、办事大厅等重点公共场所母婴室基本覆盖。

（五）推出便民惠民旅游产品。

加强公共交通、绿道休闲慢行系统、城市公共绿地与市民

广场等公共休闲与文化娱乐场所等的建设，立足构建外来游客与本地市民共享的高品质生活环境。加速惠民旅游产品跨区域发展，结合“国家旅游日”等旅游主题，推动“城市漫步游”等旅游便民惠民活动；加强与银行、邮政、餐饮、酒店、娱乐、购物等企业的多方联合，探索发行旅游年卡、旅游交通卡、旅游消费券，推出多功能的旅游惠民产品体系。开展景区让利优惠活动，推广面向学生、老人、儿童、残障人士、低收入群体等群体的优惠旅游产品；开展旅游景区淡季营销活动，实行淡季门票打折、免费深入体验、组织大型宣传、激励旅行社组团等手段来提升客流量，实现全年旅游接待量的均衡发展。

（六）建设旅游安全保障服务体系。

1.关注游客人流较集中的购物、餐饮、住宿、娱乐等场所，督促业主定期对这些场所的安全设施进行检查维护和更新，并做好相应的安保措施，营造安全的旅游环境。确保景区的旅游安全设施能正常使用，包括消防设施、危险地带防护设施、游乐项目保护设施和危险地带安全警告标识和安全说明等，定期检查更新。

2.建立景区旅游高峰期和特殊地理气候的紧急救援预案、有效的游客安全求助渠道，监督旅行社团体游客旅游保险的购买等，保障游客在景区的游览安全。

五、开展旅游宣传推介活动，塑造鲜明的旅游目的地形象。

（一）提升旅游品牌形象。结合海珠城市形象定位，立足创

新和区位优势，突出商务、会展、文化、电商等产业优势，展望城市建设和未来发展，进一步提炼海珠区作为旅游目的地的整体形象，强化广州绿心、岭南文化、国际展都、丝路文化、岭南文化、休闲度假、商务会展、文化创意、美食体验等旅游特性，解决游客对海珠形象的认知模糊不清问题。

（二）加大旅游宣传力度。整合利用宣传资源，实施“大资金投入、大媒体合作、大阵地上拓展”宣传攻略，加强与各类旅游组织和主流电视、报刊媒体的宣传合作，加大在高端媒体、高级主要客源城市的宣传力度。积极寻求新媒体渠道，通过互联网、智能手机、智慧旅游等新媒介，利用微博、微电影等新方式开展宣传，扩大旅游形象宣传的覆盖面，提升品牌影响力。

（三）创新市场营销模式。按照“以国内市场为主、积极拓展国际市场，以中短线市场为主、不断延伸长线市场”思路，深化传统市场，细分客源市场，形成以都市休闲旅游为基础，文化体验、商务会展、生态休闲三大市场为重点，自驾自助、运动拓展、康体养生、美食体验等市场为补充的市场需求结构。积极采取展会营销、事件营销、网络营销、主题营销等多种营销手段，实现海珠一日游市场、会议市场、生态休闲市场的增量突破，拓展客源渠道，提升市场份额。

（四）打造节事活动宣传品牌。通过组织创新、形式创新、内容创新，办好美食节、啤酒节、购物节、岭南书画艺术节、珠三角咸水歌会、岭南古琴音乐会、岭南祠堂文化节、小洲艺

术节等活动，促进旅游活动与休闲娱乐、旅游购物、民俗节庆等深度融合，打造一批主题内涵多元、节庆举办常态、产业延伸互动的旅游节庆，使其成为有影响力的大型品牌旅游节庆活动。

第四章 保障体系

一、组织保障

（一）完善旅游业协调决策机制。成立海珠旅游发展工作联席会议小组，由宣传、发改、规划、建设、国土、财政、文广、交通、农业、旅游等主要职能部门及各街道参与，区主要领导任召集人，相关部门及街道主要领导为成员，定期研究旅游发展的重大问题。强化旅游行政主管部门的统筹协调职能，强化项目规划、公共服务体系建设、市场秩序整治、旅游形象打造、宣传推广、交通管理、景区管理等方面的统筹协调和管理服务职能。

（二）探索建立旅游景区可持续化管理体制。按“政府引导、企业主体、保护开发”的原则，对有条件的景区试点，探索实行所有权、经营权和管理权分离，实行联票通票制，探索实行门票预约和淡旺季票价制度。

（三）成立旅游协会组织实施行业自律规则。组织成立海珠区旅游行业协会，为成员单位与政府主管部门建立联系渠道，在海珠旅游发展中发挥参谋、助手、桥梁、合作、服务、监督、约束的作用。

二、政策保障

（一）注重规划引导发展。注重协调落实重点规划，以全区城乡总体规划和全区十三五规划为指导，全面对接“多规合一”试点工作，统筹海珠区旅游产业发展理念。重视具体可操作性的旅游项目策划的实施，组织实施《海珠区水上旅游开发项目策划》，整合江、河、涌、码头等水上元素及沿岸旅游资源，开发水上及岸边旅游项目，打造具有海珠特色的滨水旅游线路；在全区范围内谋划海珠旅游产业配套项目，根据各景点的开发现状及发展前景，策划各个景点及周边的餐饮、住宿、购物及娱乐等旅游服务配套设施。

（二）保障旅游用地。根据国土资源部、住房和城乡建设部、国家旅游局正式发布的《关于支持旅游业发展用地政策的意见》，在土地利用总体规划、城乡规划和海洋功能区规划修编和调整修改时，要充分考虑相关旅游项目、设施空间布局和建设用地需求，坚持节约集约、保障重点的原则，对列入发展规划的重大项目和生态旅游项目用地给予支持。支持盘活存量建设用地发展旅游，在符合规划和用途管制的前提下，鼓励农村集体经济组织依法以集体经营性建设用地使用权入股、联营等形式参与共同开办旅游企业。

（三）开辟旅游发展“绿色通道”。开辟重点项目用地、办证审批的“绿色通道”，因地制宜为农家乐、闲置住宅租赁、乡村民宿等项目的发展创造条件，提供统一规范管理及咨询引导

服务，引导其依法办证、守法经营、规范发展。

三、资金保障

(一)加大财政资金投入力度。加大财政资金对旅游基础设施的投入力度。研究设立海珠区促进旅游业发展奖励资金，研究制定旅游业发展扶持奖励办法，支持旅游形象宣传、旅游项目建设、质量等级评定、大型节庆活动组织等。积极与省市相关部门进行对接，培育符合政策扶持的项目，多渠道争取省市专项扶持资金，支持具有良好发展前景的示范性优质旅游项目和旅游基础设施建设。

(二)加大旅游金融支持。鼓励金融机构逐步加大对旅游业的信贷支持力度，加大对符合条件的重点旅游企业的授信额度，进一步完善旅游企业担保体系及运行模式，支持旅游企业上市或通过债券、彩票等方式融资。支持商业性景区依托景区经营权和门票收入等质押贷款。支持保险公司创新线上线下旅游保险、担保等旅游中介服务引导各类金融、类金融机构为基础好、潜力大的小微旅游企业、重大旅游项目提供综合金融服务。

四、人才保障

(一)创建旅游智库。建立旅游智库，聘请旅游专家、旅游企业家为发展顾问，深化与中山大学旅游学院、华南理工大学旅游与酒店管理学院、广州大学旅游学院、广州地理所等国内知名科研机构以及知名企事业单位合作，建立旅游产业创新双向交流

研究平台。

(二)强化旅游人才吸引。切实关心高端旅游人才的工作和生活，灵活运用各级人才培养引进、配置使用、薪资福利、社会保障、有序流动等相关优惠政策，落实人才引进落户、住房和创业等优惠政策，吸引境外高层次旅游经营管理人才。

(三)强化技能旅游人才培养。一是引导旅游企业与相关院校、社会培训机构开展深度合作，在海珠区旅游景区建立旅游人才教育培训基地。二是鼓励旅游行业组织举办或参加各类职业技能比赛等活动，加强旅游从业人员培训。三是对于农家乐、旅行社等经营户，通过送教上门、办培训班、考察学习等方式提高经营管理水平。

五、生态保障

(一)健全生态空间安全格局。在广州市划定的生态保护红线基础上，推进生态保护红线落地，结合海珠区实际进一步细化生态红线范围，将海珠湿地生态保护区、主要河流、重要绿道等生态空间按类别和等级要求，列入生态保护红线范围，有效保护水源、绿地、景观等生态资源，构建严格的生态空间管制制度。

(二)完善岛内水生态环境系统。合理规划全岛水系，完善排污、截污、治污、净水体系，强力推进河涌整治、海珠生态城河涌截污，完善水利设施，发展水上交通，形成江、湖、涌一体的水生态系统。加强饭店、景区节能降耗和水体防污工作。实施水上旅游线路开发提前介入污水处理系统规划。

本规划施行后，将按照《广州市重大行政决策程序规定》第四章的规定执行决策后评估制度。

名词解释

1. 绿道：是一种线形绿色开敞空间，通常沿着河滨、溪谷、山脊、风景路等自然和人工廊道建立，内设可供行人和骑车者进入的景观游憩线路，连接主要的公园、自然保护区、风景名胜区、历史古迹和城乡居民区等。

2. “三中心一体系”：即国际航运中心、物流中心、贸易中心和现代金融服务体系。

3. “三大战略枢纽”：国际航运枢纽、国际航空枢纽、国际科技创新枢纽。

4.“双 14”：公共体育场馆执行每周免费开放 14 小时，优惠开放 14 小时。

5. “PPP”： (Public-Private-Partnership)，即公私合作模式，是公共基础设施中的一种项目融资模式。是指政府与私人组织之间，为了合作建设城市基础设施项目。或是为了提供某种公共物品和服务，以特许权协议为基础，彼此之间形成一种伙伴式的合作关系，并通过签署合同来明确双方的权利和义务，以确保合作的顺利完成，最终使合作各方达到比预期单独行动更为有利的结果。

附表 十三五旅游发展重点项目库

序号	类别	名称	定位	建设内容	建设期限	项目阶段
1	城市观光游	“广州塔·珠江黄金水段”创建国家5A级旅游景区	打造具有岭南特色的水陆双线景观	“广州塔·珠江黄金水段”旅游景区位于珠江三角洲城市群核心，广州市城市新中轴；水陆交通便捷；整合了广州塔、海心沙、花城广场以及江湾大桥至琶洲大桥珠江水域的众多景点，形成都市观光、休闲旅游的绝佳目的地。创建国家5A级旅游景区建设周期计划为2015年至2018年，将进行景区基础设施、接待设施、配套设施等提升整改。	2016-2020	提升
2	生态旅游	万亩果园湿地（海珠湿地三期）	打造国家级湿地旅游新标杆	项目用地位于华南快速东西两侧，东侧紧邻湿地二期，小洲东路两侧，南接南洲路，约179.4公顷，规划建设集“城央绿核、独有水文、鱼鸟天堂、果基农业、文化荟萃”五位一体的全国特大城市中心区最大、最美的城央国家湿地公园。	2016-2020	续建
3	文化创意游	珠影文化创意产业园	形成以影视为主题的国际性文化创意产业中心	项目位于海珠区新港中路354号，总占地面积10.5万平方米，总建筑面积33万平方米，分为A、B两区域建设，规划建设集电影产业街、休闲娱乐、时尚餐饮、众创办公、影视数字基地、珠影星光城、休闲公园于一体的电影文化主题庭院。	2013-2020	续建
4	文化创意游	珠江琶醍啤酒文化创意艺术区	打造集创意设计、艺术、文化、旅游的文化创意产业孵化基地	项目位于阅江西路江畔，规划完善基础设施，保留啤酒博物馆，改造麦芽仓为文化艺术酒店，包装车间、输煤车间等为文化创意区、利用烟囱、水塔、发酵罐等元素，改造成公园遗址广场，增加啤酒精酿体验中心，打造成为旧厂改造典范的文创旅游胜地，申请国家4A景区。	2016-2020	规划

5	文化创意游	广州黄埔古村旅游开发项目	打造科创、移动互联网、跨境电商产业园。	项目位于海珠区琶洲街黄埔村，总占地面积6万平方米，总建筑面积9万平方米，主要对黄埔村内旅游配套设施升级改造。	2016-2018	续建
6	商务会展游	洲际酒店亚洲旗舰店	建设五星级高端酒店	位于琶洲岛中部珠江南岸，紧邻广交会展馆，地铁4号线、8号线换乘站万胜围站旁，可为琶洲会展及将来建成的互联网创新集聚区做高端酒店配套。	2017	新建
7	文化古迹游	七星岗古海岸遗迹公园景观建设工程项目	建设遗址公园	项目占地2.4公顷，新建古海岸遗迹公园，进行遗迹前广场改造、设置科普登山游览道、建设台阶广场、名人雕塑和石碑，新建综合管理用房，及对周边的人行道、植物、围墙、电气、给排水、监控系统等进行修整和新建等。	2016	新建

公开方式：主动公开

广州市海珠区旅游局办公室

2018年1月15日印发
