

### 5.3 旅游产业融合发展思路

教育+旅游  
EDUCATION

引导研学多元化开发、培养在地化人才孵化及培训，构建旅游与教育业融合发展



#### 01 研学旅游产品

- 以现有的高桥“农耕研学”市级研学基地、鲁古河国家湿地公园省科普教育基地资源为基础，引导文旅企业创新服务供给，重点培育专业化研学运营主体，打造“自然教育+生态科普+农事体验+低空体验+森林研学”主题化研学课程体系及实践基地集群；
- 实施“研学产品开发计划”，通过构建季节限定型、课题探究型、非遗活化型、农耕研学、森林科普、低空研学等多元化产品体系，形成研学市场专业化运营生态，实现就业扩容与生态文化资源活化传承提升。



#### 02 培养研学旅游人才

- 大力发展生态旅游专业技能培训课程，积极探索新丰特色的生态旅游培训模式，包括自然讲解员、生态旅游向导、有机农业、农耕培训、度假村管理人员、手工艺品制作、厨艺培训等专业技能岗位培训课程；
- 创新孵化“在地化人才孵化机制”，设立生态旅游实训基地、组建专家导师团实施定向培养，系统提升各旅游村村民为生态导游，培育其生态旅游从业素质和技能，提高其参与生态旅游发展的能力，提高生态旅游开发运营的能力和扩大就业水平。



CHAPTER 6

第六章

# 保障措施

SAFEGUARD MEASURE

## 6.1 加强组织领导

# 对文旅工作实施全域一盘棋管理模式，统筹解决森林康养、文旅发展的重大问题

## 1、成立专项领导小组

- 组建县级康养产业领导小组。由县委县政府领导任组长，统筹文广旅体、民政、农业农村、卫生健康、林业、自然资源及旅游发展委员会成立专项工作专班，重点协调解决“新丰县康养产业发展三年行动方案”实施中的重大问题。
- 建立任务清单化推进机制。专班牵头制定目标责任分解方案，细化任务举措、完成时限及责任矩阵，通过建立工作台账、实施动态督导确保项目按期落地。
- 压实属地主体责任。各镇街需组建项目攻坚组，重点推进辖区康养项目规划建设，建立难点问题联席解决机制。

## 2、加强政府对规划实施的组织领导和统筹协调

- 建立县级统筹、镇村联动的“四山四水”建设管理体系，编制统一建设标准及配套政策，优化资源配置与审批流程，实现社会资本与公共资源高效协同。
- 形成跨层级、跨部门协作机制，推动基础设施与公共服务设施共建共享，强化政策衔接互认，系统提升“四山四水”现代化治理效能。
- 鼓励镇村立足资源禀赋开展创新实践，打造乡村振兴高质量发展示范片区，辐射带动全域协同发展。

## 6.2 要素保障体系

# 强化资金统筹、配套设施完善、衔接上位规划落实用地要素保障

## 1、强化资金统筹与政策支持

- 各级财政部门要强化财政支持，统筹各项资金为发展区规划编制和项目建设提供资金支持。
- 争取政策聚合力，积极争取国家和省市项目资金支持，积极在产业政策、培训指导、争取资金上扶持森林康养产业发展。制定产业发展优惠政策，吸引社会资本投入森林康养产业，促进县域森林康养、文旅产业的高质量发展。

## 2、完善配套设施，提升服务品质

- 聚焦“快进慢游”交通体系、进一步完善通向景区（园区）的公路、景区（园区）间的公路建设；加快旅游交通服务设施建设，完善旅游交通标识系统、自驾车服务系统、风景道路的绿道系统建设。
- 结合森林康养发展规划，建设“文旅大本营-驿站-服务点”三个层级的驿站服务体系，形成立体化、体系性、有针对性的游客集散和服务体系。

## 3、衔接国土空间规划，确保项目落地

- 由县文广旅体局牵头，通过聘请有资质的专业团队开展规划设计编制，衔接县、镇国土空间规划、各专项规划，制定1个科学有力、系统性的全域森林康养规划。通过规划，界定每个森林康养项目的开发利用范围，明确项目建设空间布局，划定建设用地红线图，为康养项目顺利落地奠定基础。
- 探索多渠道保障项目用地需求。在符合国家有关法律法规规定的前提下，探索农村集体经营性建设用地入市改革。支持乡村旅游创新用地方式，对充分利用山水林田湖等自然风景资源、开发乡村旅游等旅游观光建设项目用地，实行点状配套设施建设用地布局开发，按地块独立供地。支持农村集体经济组织依法依规盘活利用空闲农房和宅基地，改造建设民宿、创客空间等场所。镇街土地利用总体规划预留部分规划建设用地指标（不超过5%）用于零星分散单独选址的乡村旅游设施建设。充分利用林场闲置土地资源，将森林公园内的道路、停车场、厕所等设施用地纳入林业生产服务设施用地，不占用林地指标定额。支持旅游企业利用森林景观依法开设游览步道，形成具有旅游观光、防火等功能的绿色通道。支持在国有林场现有生产生活区域改造建设与森林特色生态景观风貌紧密融合的特色民居、森林木屋、汽车帐篷营地等旅游服务设施。鼓励利用荒地、荒坡、荒滩、垃圾场、废弃矿山开发旅游项目。

### 6.3 构建康养、文旅人才集散地

## 创新人才政策，采用更加灵活的人才政策，加大专业人才培养力度

### 1、强化人才发展顶层设计

- 构将文旅人才培育纳入地方重点人才工程，制定专项扶持政策，健全岗位晋升、薪酬激励、成果奖励等配套机制，建立文旅英才数据库实施动态管理。

### 2、产教融合夯实基础人才

- 构建“政府主导、院校支撑、企业参与”的协同育人体系，联合本地专科院校定向培育康养旅游、生态导览等专业人才，推进“课程教学+基地实训”一体化培养模式，建设一批示范性的文旅人才培训基地；
- 联动文旅行业协会，每季度开展“文旅服务能力提升”专项行动，聚焦景区管理、生态导览、森林康养师等核心岗位，实施“理论授课+场景模拟+实操考核”进阶式培训；

### 3、强化乡村文旅人才培育

- 设立专项资金，针对文旅从业农民开展民宿经营、非遗技艺传承等职业技能培训，对返乡农民工实施创业孵化扶持，建立“培训-认证-就业”服务链条；

### 4、激发青年创新创业活力

- 鼓励高校毕业生及青年群体在文化创意、动漫游戏、文创产品、手工艺品加工、电子商务、智慧文旅、乡村旅游等领域创业，提供创业补贴、孵化空间及电商运营指导，重点培育手工艺品加工、康养IP设计等特色创业项目。

## 6.4 旅游服务质量保障

# 以标准引领、品牌培育、监管强化、信用约束联动，全链条优化旅游服务品质与市场环境

## 1、构建旅游服务质量标准化评价体系

- 依据《全国旅游业标准体系表》《服务业组织标准化工作指南》以及其他服务质量标准等政府文件，融合其他县等先进经验制定发布《新丰旅游业服务标准》、《新丰县乡村酒店、乡村民宿等级划分与评定方案》，明确景区、酒店、民宿、农家乐、旅行社、银发友好民宿/酒店等业态服务质量分级标准，建立覆盖服务流程、设施配置、人员资质的量化评价指标。

## 2、实施优质服务品牌培育计划

鼓励星级民宿、旅游景区等主体争创国家级旅游服务质量标杆，对获评单位给予政策奖励及宣传支持。建立“新丰优质旅游服务商”动态管理目录，优先纳入政府采购及对外推介名单，形成示范引领效应。

## 3、建立全渠道投诉响应机制

整合“12345”热线、政务平台、信件等投诉渠道，实行“统一受理-分类转办-限时处置”闭环管理。推行跨部门联合督办制度，确保投诉24小时内响应、7个工作日内办结，处理结果通过政府网站及景区公示栏同步公开，提升服务监督公信力。

## 4、完善文明旅游信用约束机制

制定《旅游不文明行为记录管理细则》，建立“宣传引导-行为记录-联合惩戒”全链条管理体系。定期发布文明旅游典型案例，对扰乱市场秩序、侵害游客权益的违规主体纳入信用黑名单，联动公安、市监等部门实施联合惩戒。

## 6.5 广泛宣传推介

通过“**自媒体平台升级构建、全媒体渠道互补、新媒体精准营销、明星代言与家乡推广、锚定精准人群**”五大营销策略，构建新丰旅游立体营销模式

## 1、自媒体平台升级构建

- 以社会化营销为思路，升级构建自媒体平台，助力品牌加速腾飞。



## 2、全媒体渠道互补

- 将资源、平台、信息进行整合，以新媒体营销和传统媒体营销两种形式，对游客市场进行行前、行中、行后全方位营销，实现从传统营销向新媒体营销、智慧营销的转变，实现覆盖粤港澳大湾区全域媒体宣传。

### 传统媒体

央视新闻、人民日报、新华社、中国旅游报、南方日报、广东电视台、韶关市广播电视台、新丰县广播电视台等，增加活动曝光度，提高活动讨论度。



### 新兴媒体

腾讯大粤网、凤凰网、网易、微博、抖音、快手、视频号、小红书、b站等，以及各类大咖、KOL资源，将活动打造为爆款话题，让活动以新兴宣传方式走近年轻人生活。



## 06 保障措施 / SAFEGUARD MEASURE

### 6.5 广泛宣传推介

#### 3、新媒体精准营销

- 实行线上新媒体精准营销，以品牌名称命名系列传播媒体，整合传播内容，针对特定群体进行有效推广，通过新媒体实现多点对多点的传播，从而形成二次营销。



#### 4、明星代言与家乡推广

- **明星效应：**邀请新丰籍明星代言，如张颂文等，担任新丰县森林康养产业的“形象大使”，有效提升新丰县森林康养产业的知名度。
- **开展主题活动：**定期举办明星主题的宣传活动，如“张颂文家乡康养之旅”“明星代言康养体验日”等，通过明星效应吸引更多游客关注新丰县的森林康养资源。
- **社交媒体推广：**利用明星的社交媒体影响力，发布与新丰县森林康养产业相关的宣传内容，如康养基地介绍、特色活动等，借助其粉丝群体扩大传播范围。



## 6.5 广泛宣传推介

## 5、锚定精准人群，深化营销链路

**精准圈定“客群”**

**挖掘核心场景人群，聚焦细分  
目标客群运营，助力项目引流转化**

- 重点挖掘目标人群进行破圈引流，细分不同维度，不同行为及周期人群差异化投放，保证页面流量引入充足。

**家庭亲子****青年群体****银发群体**

- |           |              |          |
|-----------|--------------|----------|
| ➤ 消费潜力大   | ➤ 文化的消费      | ➤ 营养饮食   |
| ➤ 文化旅游需求大 | ➤ 精神的消费      | ➤ 健康检测设备 |
| ➤ 探索新事物   | ➤ 时尚的消费      | ➤ 保健运动   |
| ➤ 多重需求    | ➤ 独特体验       | ➤ 旅游旅居   |
| ➤ 女性、儿童主导 | ➤ 探险、运动等户外活动 | ➤ 兴趣社交   |
| ➤ 创新生活空间  | ➤ 兴趣爱好       | ➤ 归属感    |

**精准匹配“产品”**

**分龄产品精准开发，契合目标用户  
刺激用户点击，有效促进项目转化**

- 根据新丰全域旅游产品，根据配套范围升级，包括基础设施、建立覆盖多语种服务、急救技能等全年龄段需求的服务团队。并根据分龄产品精准开发：
  - **家庭亲子客群：**农业+教育的高桥农耕研学、森林科普的鲁古河国家湿地公园沉浸场景；
  - **青年客群：**构建“夜经济+社交+越野”生态链，推出樱花峪星空音乐会等夜间消费场景，联动短视频平台发起#新丰夜生活挑战赛#话题营销；
  - **银发客群：**深化「康养+社交+安全」服务体系，联合医疗机构推出温泉理疗套餐、开发文化疗愈线路。

**精准布局“线路”**

**布局流量丰富、高转化、成本点位  
精细化运营，强势拉新促转**

- 数字化分层推广：青年群体通过抖音挑战赛、B站UP主探秘视频进行引流；中老年群体依托今日头条、微信短视频养生专栏、微信群推送康养攻略，包括家庭亲子依托抖音推送“游学”等研学科普；
- 全渠道推广：联合旅行社设计“代际融合”旅游线路，在携程、飞猪等OTA平台差异化标注“家庭游”“银发游”“情侣游”产品标签，实现消费群体精准匹配。；
- 在地化渠道渗透：在交通枢纽设置全龄服务驿站，配置多语种智能导览系统，同步发放涵盖各年龄段活动的《文旅服务日历》及手绘版导览手册。

## 6.6 节事活动

### 活动营销创新

#### 全面推进新丰赛事、活动营销，助力“新风景”品牌享誉大湾区

造高度

拼速度

抢新度

刷热度

铺广度

- 低空+文旅高峰论坛——国际高度，中国影响
- 品牌活动——四季精彩、欢乐不断
- 事件策划——新闻事件，热门炒作

#### 1、提升打造一批知名旅游节事品牌

- 新丰枫叶季、国际越野赛事、低空嘉年华

#### 2、创意策划一批特色旅游节事活动

- 樱花季、温泉季、消暑嘉年华、采茶宣传月

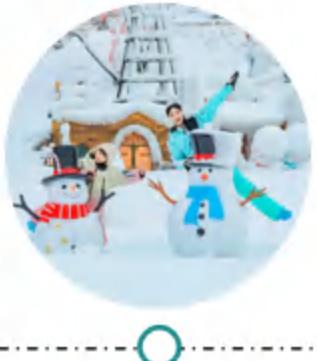
**巅峰美景策划及执行旅游品牌活动：**  
旅游节事活动+旅游推介会+旅游论坛峰会



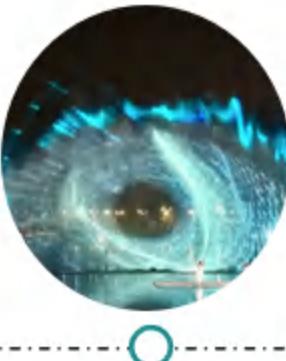
## 6.6 节事活动

## 品牌节庆——四季精彩、欢乐不断

➤ 新丰县以节庆赛事营销为助手，系统推进“岭南避暑胜地”、“越野越新丰”等品牌建设，通过四季文旅嘉年华构建“春赏花、夏避暑、秋越野、冬养生”的全时文旅节庆体系。提升打造一批具有国际知名度的旅游嘉年华及赛事品牌，为新丰旅游注入新的活力。



冰雪季



灯光嘉年华



樱花季



采茶宣传月



消暑季



路游嘉年华



温泉季



枫叶季



越野赛事



低空嘉年华



美食嘉年华



观星季





# **新丰县森林康养产业发展规划(2020-2035年)修编 征求意见稿**

委托单位：新丰县文化广电旅游体育局

编制单位：广州市浅草堂园林工程与设计院有限公司