

# 樟树药都保健旅游产品开发与建设研究

## 一、养生保健方兴未艾

随着社会的发展与进步，人类的需求已超出了基本需要的范畴，对健康、安全和长寿的渴望更加迫切。然而，生产力的发展，人口的激增，人类生活水平的提高，使得对资源的开发从广度、深度上都迅速加强，无论体力劳动还是脑力劳动，其强度都日益攀高，其结果是人类的健康乃至生命安全都承受着巨大的威胁。从而形成了对健康、安全、长寿的需求与保证健康、安全、长寿的供给之间的剧烈矛盾。据研究，当前全国有 70% 左右的人口处于亚健康状态。所以，保健旅游便应运而生，广大游客对保健旅游的青睐程度也迅速提高，保健旅游也成为当前旅游业中一个热点。

历史上，最初旅游活动的主要目的，除探险和求知之外，就有保健，国际上长盛不衰的温泉疗养、海滩等旅游活动，主要目的就是追求健康和长寿。

药物治疗、保健按摩、针灸等是促使人类健康、安全、长寿的重要乃至最主要的途径。中药治疗、中医理疗、中药保健在世界健康史上占有非常突出的地位。

樟树市俗有“药不到樟树不齐，药不过樟树不灵”的美誉，是中国医药的主要策源地之一。凭借丰富齐全的药材、高超的医技，发展以药物养生、保健按摩、针灸理疗等为主要内容的保健旅游活动，优势明显，潜力巨大。

## 二、发展保健旅游条件

### （一）有利条件

#### 1、在中医药史上占有重要地位

樟树镇是江南药材集散中心和药材炮制技术中心，享有“药码头”、“药都”的称誉。

樟树医药业源远流长。早在汉代，著名道家葛玄（164—244 年）就在淦阳（先后更名为清江镇、樟树镇）东南的阁皂山修身，升炼金丹，采药行医，时间长达 40 余年。阁皂山民中曾有随葛玄采制过药材的人，将药材肩扛到淦阳摆摊出售，悬壶施诊，开创樟树医药业活动之先河。葛玄的侄孙葛洪（284—364 年）在淦阳的活动对樟树医药业的影响十分深远，淦阳随后出现了专门从事药材买卖的药贩。

“海上丝绸之路”开通后，与海外药材的交流日益频繁，处于江西古官道和袁州大路枢纽地位的淦阳，成了广州与内地之间的要津，南北药材的中转要地：南越出产的桂枝、桂子、肉桂以及“舶来”的豆蔻、砂仁等药材，从广州北上，越大庾岭顺赣江而下，经淦阳中转内地；四川出产的附子、党参、安徽出产的枣皮、生晒，中原出产的生地、材胡等入鄱阳湖顺赣江而上，经淦阳销往岭南各地；湖南出产的朱砂、雄黄等越老关经泸溪顺袁河或右袁州大路东下淦阳，转至闽越一带；淦阳附近出产的枳壳、枳实、陈皮等药材，也在淦阳转手交易，淦阳“药墟”逐步形成，药市初具规模。

宋元时期，淦阳所制药材信誉卓绝，畅销东南各地，樟树药市进入药材集散与药材制作同步发展阶段。“药墟”不仅“日市为市”，已经成为规模更大的“药市”。

自明至清，樟树药业进入“黄金时代”，鼎盛 500 余年。以医药同步发展为特征，集生产、采购、流通和制作于一镇，无论经营形式、炮制工艺还是管理体制，都形成了独特的风格，在全国同行中独树一帜；遍布全国的樟树药帮，与京帮、川帮形成三足鼎立之势，号称“三大药帮”，成为樟树药业兴旺的象征与标志；高超的炮制技艺和众多的医药名手，使樟树医药名声大振。

明代，川广药商“百里环至，肩摩于途”，集于淦阳，淦阳即有“药码头”之称号，驰名朝野。清乾隆时期，樟树被称为“南北川广药材总汇”，与河北安国（祁州）齐名，俗称

“北祁南樟”。

## 2、宜人的自然地理环境

樟树市位于江西省中部，鄱阳湖平原的南缘，地跨赣江中游两岸，经纬度位置为东经 115°06′33″—115°42′23″，北纬 27°49′07″—28°09′15″。市域总面积 1286.77km<sup>2</sup>，其中海拔 50m 以下的平原面积占 67.75%，海拔 50m 至 100m 的岗阜地占 26.53%，海拔 100m 以上的低山丘陵占 5.72%，其最高峰达 1100 多 m，成为赣中最高峰。年平均气温在 17.4℃至 17.6℃之间，最热月平均气温为 29℃，最冷月平均气温为 5.1℃；年均降水量为 1568.7mm。市域内无危害性较大的自然灾害。

## 3、优越的区位和交通条件

可进入性是发展旅游业的基本前提条件之一。樟树市靠近全省旅游集散中心——南昌和重要旅游区：离南昌市仅 90km，离赣西重要旅游区新余市仙女湖旅游区只有约 80km，离赣东重要旅游区龙虎山旅游区约 160km，离井冈山旅游区约 200km，地处南昌——赣州、南昌——井冈山、南昌——新余等重要旅游线路的必经之地。

樟树市的交通优势显著：铁路系统发达，京九铁路和浙赣铁路贯穿全境，并分别在樟树市设有三级站；公路系统完善，105 国道、昌樟高速公路等将樟树市与全省主要的旅游景区连为一体；水运系统便捷，全省最大的水运大动脉——赣江纵贯全市，樟树市历来就是赣江上最主要的客运和货运码头之一，古时的“十里码头”经过改造后，仍在营运之中；樟树市距昌北机场和向塘机场都很近；市内交通方便，市区到主要景区、景点的公路已基本上建成成为油路。总之，交通方便，可进入性强，处在南昌—井冈山—赣州金牌旅游线路的必经之道上，又是赣西旅游网络开发与全省金牌旅游线路的结合部。

## 4、旅游资源丰富，特色突出

樟树市旅游资源丰富，药文化、古文化、道教文化内涵深厚，有多处具有开发价值的各种文化景观旅游资源。而自然景观旅游资源主要集中在閤皂山，这里自然景观优美，并与众多的道教文化古迹、医药文化和历史胜迹形成了很好的结合，开发价值高。

樟树市旅游资源特色突出，主要体现为两大特色。

一是“古”。樟树市历史悠久，远在约 4500 年前，就有了定居的规模性原始聚落。从商代中期开始，出现了灿烂的青铜文化，有着中原文化与古越族文化相融合的显著特色，并有了文字。长期的人类活动遗留了众多的文物古迹，主要有营盘里新石器时代遗址、筑卫城新石器时代遗址、吴城商代遗址、黄阁里春秋战国遗址、始建于宋代的大观楼和鸣水桥，建于清光绪 13 年（1887）的三皇宫（三皇为伏羲、神农、轩辕三个医药始祖）等文化内涵非常深厚的人文景观旅游资源。尤其是吴城遗址的发现与发掘，打破了“商文化不过江南”的论断，在全国和世界上都产生了震撼。

二是“药”。樟树市是全国重要的药材生产、加工、炮炙和销售中心，俗有“南樟北安”之称，即南有江西省樟树市，北有河北省安国市，有“药墟”、“药都”、“药码头”的美誉。樟树市“药都”的形成基于以下几个原因：

第一，中草药资源丰富。江西省的自然条件适宜中草药的生长，药用植物达 1500 多种，常用者有 300 多种，1999 年樟树市药材播种面积 489 hm<sup>2</sup>，收获面积 256hm<sup>2</sup>，总产量 268t，总产值 384 万元（现价），中药材生产主要分布在昌傅镇（136t）、洲上乡（85t）、山前乡（14t）、黄土岗镇（13t）、经楼镇（12t）、店下镇（5t）、阁山镇（2t）、和刘公庙镇（1t），本地产的中药材主要有枳壳（年产量 300t）、枳实（年产量 50t）、陈皮（年产量 40t）、黄栀子（年产量约 10t）、苏叶（年产量约 5t）、绞股兰、荆芥、板兰根、薄荷、穿心莲天麻、当归、厚朴、黄柏等。

第二，中草药加工工艺精湛。药材加工炮炙包括分选、洁净、切制和炮炙等过程，每一过程，樟树都有独特的传统做法，形成了完整的加工炮炙体系，尤其以“精于选料，严于制

作”闻名于世，如“切”就是“樟帮”制药的拿手好戏，樟帮切药追求厚薄一致，断面整齐，造型美观，真是“鬼斧神工，不类凡品”，切片的形状有园片、横切片等 13 种类型之多，有的切得薄如棉纸，有“槟榔不见边，白芍飞上天”的佳话。

第三，中医药商业发达。据记载，樟树药业始于汉晋，成于唐宋，盛于明清，历时 1700 多年而不衰。各个时期均有相应的雅号：吴称“药摊”，唐谓“药圩”，宋号“药市”，明为“药码头”，清代有“南北川广药材总汇”之誉，并与吴城、景德合称“江西三大名镇”，与河北安国（祁州）齐名，俗称“北祁南樟”，民国时曰“（江西）全省药材之总市场”，1958 年，经国务院正式批准樟树首次举行药材交易会，省长邵式平正式启用“药都”称号。樟树药商向湖南、湖北、四川、广东、广西、贵州、云南、河南、山西、陕西、河北、辽宁等药材生产地和交通要埠作辐射状发展，形成了具有全国规模的“樟树药业网”。

第四，中医药养生保健品丰富。药都樟树不仅以特有的中药材生产加工、炮制和经营在全国独树一帜，并以烹饪集本草、食疗、养生于一体的精美药膳而闻名遐迩。药膳是以药物和食物相配合，通过烹调加工成为既是药物，又是食物的美味佳肴，既可防患于未然又可疗疾起沉痾，既可健体强身，又可延年益寿。

樟树主要的药膳品种有：能平肝熄风、益气补髓的天麻童子鸡，能益气补脾、利水消肿的参芪烧鲤鱼，能益气生津、清热化痰的荸荠狮子头，能补肾壮腰的杜仲炒腰花，能健脾养胃补肾益精的淮山烧肚块，能清暑利湿、升阳益气、滋阴润燥的荷香米粉肉，能解表行气、健胃和中的叶茵炒鳝片，能补脾润肺、益肾填精的黄精炖瘦肉，能补益肝肾、养血生精的首乌补血蛋，能清熬化痰、醒脾开胃的豆皮炒三丝，能益肾壮阳、明目填精的韭杞，能健脾除湿、养心安神的金针肉丝面，能调补气血、健脾益肾的神农八宝饭，能益气补虚、滋阴养血的龙淮甲鱼块，能健脾胃和养心益肾的莲子百合肉和能养心安神、补血润燥的柏冬养心汤等。

上述有利条件为樟树市旅游业的发展打下了扎实的基础，但其旅游业发展水平低，速度慢，还没有形成一定的规模，在国民经济中的地位亦非常低下。其原因是“万事具备，只欠东风”，即还存在着某些制约樟树市旅游业发展的瓶颈因素。

**（二）不利条件**

樟树市旅游业发展的不利条件突出表现在旅游业起步晚，基础差，对旅游业的投入不足，具体体现在以下几个方面。

- 1、旅游基础薄弱。从旅游业的六大要素——行、住、食、游、购、娱去判断，樟树市不仅体系不全，要素不协调，而且基础薄弱，不能形成对游客的强吸引力。
- 2、旅游产品单一。很有说头，很少游头，很难留头，这樟树市旅游的现状，而且产品结构极为单一，缺乏精品。
- 3、旅游投入不足。樟树市旅游业有效资金投入尚未启动，投资渠道没有拓展，存在着等靠政府投资的依赖思想，这是制约旅游发展和关键之一。

**三、药都旅游发展战略**

目前，鉴于樟树药都存在着小（规模）、浅（产业链）、短（辐射）、弱（经济功能）现象，规划提出药都升华战略，包括：

- 建设目标：中华药都      养生福地
- 发展定位：生态花园      奇苑药圃
- 历史依据：  
道教名山福地  
中国千年药都
- 发展方略：升华药都      药市为轴
- 构筑系列      延伸产业
- 打造名牌      营造精品

以中药为龙头，以中医为载体，以道家养生为内涵，联动三二一产业协调发展，培育全新药都。种养加、购销用、药养疗为一体的特种旅游基地。

### **（一）药市交易系列**

药市交易，历史悠久，中外驰名，继承传统，弘扬文化，突出创新，强化信息，诚信待客，以人为本，优质取胜。

- 大型展销药交易会
- 日常药材市场
- 中成药市场
- 保健品市场
- 中药保健旅游信息咨询中心
- 中医药高级风暴论坛

### **（二）炮制加工基地**

- 炮制中药作坊
- 地道药材加工
- 地产名药加工
- 特色中医中药研究开发基地

### **（三）保健养生疗养系列**

- 养生健身系列
- 疗养康复系列
- 医药文化系列
- 医药产业系列

### **（四）健康农家乐系列**

以药材种植基地为主导，以生态系统为理念，以栽培药用植物为基础，兼顾药用动物养殖，集观光、休闲、参与、体验、增知、品购为一体，形成健康农家乐旅游产品。

- 绿色食品系列；
- 有机果蔬系列；
- 花卉产品系列；
- 农家风情系列；

### **（五）养生系列开发**

#### **1、养生史迹**

养生源头，先秦萌端；  
汉唐提升，充实丰满；  
宋元发展，日臻完善；  
明清之际，普及民众；  
当代中国，重现辉煌；

#### **2、养生理念**

- 科学养生
- 体育养生
- 环境养生
- 道德养生
- 文化养生
- 医疗养生

#### **3、养生系列**

- 情态养生法
- 环境养生法
- 饮食养生法
- 气功养生法
- 经穴养生法
- 运动养生法
- 起居养生法
- 四时养生法
- 性事养生法
- 药物养生法

#### 4、养生产品开发

药茶、药膳、药浴、药酒、药物、药圃、药文化氛围等构筑系列，形成独具特色，全国一流，世界罕见的中药保健养生旅游目的地。

列出上述产品系列，是基于公众的健康意识前所未有的获得提高，健康成为人们解决温饱，奔向小康社会所追求的首要“财富”。全国有 70%的人处在亚健康状态；全国有 10%以上的人口进入老龄化社会。

#### （六）重点开拓市场

- 亚健康人群（健体型）
- 银发人群（长寿型）
- 青少年人群（益智型）
- 儿童人群（发育型、增智型）
- 公务层（礼仪活动、保健型）
- 青壮年层（情爱型、增蜜型、防患型、疗治型）

### 四、旅游开发与项目布局

#### （一）旅游生产力总体布局框架

樟树市的旅游生产力总体布局可以概括为“一山、一江、两镇、两城”。一山为阁皂山，一江指赣江，两城分指吴城和筑卫城，两镇各为樟树镇（即樟树市区）和临江镇。从而形成以阁皂山为龙头，以市区为核心，以“吴城”和“筑卫城”为两翼格局的药都建设框架（表 9—1）。

表 9—1 药都旅游开布局与建设重点

- **一山（阁皂山森林公园，含玉华山，或称两山）：**阁皂山道教胜地、玉华山景区、店下水库（更名为：葛仙湖）度假区
- **一江（赣江）：**滨江休闲游憩带、赣江风光（杨树林）、江岛休闲（誉家洲）、江边浴场
- **两镇（樟树市区、临江镇）：**樟树市区，重塑“药都”形象，在传承“药都”传统功能（集散、加工）的基础上，结合现代需求强化保健、养生、药文化展示、会展等综合旅游功能；临江镇，古镇风光、历史名人、疗养基地（荣军医院）；结合当地原粮加工业的优势，发展绿色生态农业及地方特色美食产品开发。

#### 1、提升一个龙头——阁皂山（含玉华山）

阁皂山国家森林公园系青山秀水、仙家圣地，融道家养生、绿色生态、森林风光、度假

休闲为一体。閤皂山创造体现“道家养生+自然生态”的“天人合一”意境。

## 2、打造核心腹地——千年药都

樟树市区：核心腹地。在老城区体现千年古药都文化底蕴；新城区展现现代化新药都风采。

临江古镇：副中心。市区药都功能的延伸和补充，以荣军疗养院为主体构筑系列。

### （二）旅游区建设与项目布局

樟树市发展旅游业有其突出的三大文化底蕴：药文化、道文化、古文化。在此基础上，根据旅游功能分区的原则将樟树市分为五大重点旅游功能区：樟树市区（镇）药都旅游区、閤皂山药道养生旅游区、吴城商邑文化旅游区、临江镇赣文化旅游区、筑卫城远古文化旅游区。

其中的药都旅游区、閤皂山药道养生旅游区是药都旅游建设的重点区。

### 1、药都旅游区（市区）——核心旅游区

#### 1）总体开发定位

本旅游区可分为三个亚区（功能区）：老城区千年药都药文化功能区；新城区现代药业加工、集散、研发功能区；休闲岛及滨江游憩功能区。

**定位：**突出“中华药都”品牌，樟树市的旅游主题。昌（南昌）吉（吉安、井冈山）赣（州）金牌旅游线上的靓点，浙赣线上的明珠。

**功能：**以中药商贸、养生保健、药文化展示、酒文化展示、医药科技研发为主要功能。

**形象：**中华第一药都

**目标市场：**港澳台、日、韩、东南亚海外市场以及大陆的珠江三角洲、福建的厦漳泉三角洲、长江三角洲以及其它周边省份的大城市等经济发达地区为主国内市场。兼顾西方市场，重点开拓港澳台、海外华侨、华裔以及老年、女性、文化程度高、消费水平高群体的细分市场。

**规划重点：**作为樟树市旅游的重要门户，城市建设工作必须先行。通过“药化、绿化、美化、亮化、洁化”工程，改善城市形象。围绕“药都”主题，依托吃、游、购、娱、养生保健构建系列旅游产品。围绕市区三大功能区的建设，构建集古药都文化、展示新药都风采、现代休闲游憩功能为一体的“中华第一药都”整体形象。

#### 资源依托：

源远流长的药文化：樟树以“药不到樟树不齐，药不过樟树不灵”享誉神州，名播中外。药文化源远流长，早在东汉时期，医药学家葛玄在閤皂山采药炼丹，开创樟树药业先河。唐朝时期，形成“药墟”；宋元时代，遂成“药市”；至明清，全市大小药行、药号、药店 200 余家，80%以上的人口“吃药饭”，有江南“药码头”之说。千百年的药业相继，繁衍昌盛，孕育了药都独有的药文化景观，如三皇宫、边街、药码头、中药材市场、全国药材交流会、药都药膳等。

三皇宫：位于城区边街西，占地 3000m<sup>2</sup>，是一座宫殿式砖木结构的建筑物，系原樟树药邦祭祀历代神医妙手伏羲、神农、轩辕、扁鹊、华佗、葛玄、孙思邈、张仲景、王叔和、王惟一、李时珍、叶天士、皇圃谥和集会议事的宫观。因正殿供奉远古“三皇”神位，故名“三皇宫”。三皇宫虽然于 1984 年 5 月 20 日被列为县级重点文物保护单位，这里历史上曾经是相当繁华的古典建筑，但由于资金不足，保护力度不够，目前已房顶塌落、梁柱腐坏，破烂不堪，岌岌可危。

中药材专业市场：为全国 17 个中药材专业市场之一，辐射全国 21 个省（市）、132 个县（市），已形成集中统一的中药材交易中心。为满足药业市场进一步发展的需要，一座投资 1.5 亿元占地 16.1hm<sup>2</sup>，功能更为齐全的中药材城已在福城工业园区内动工修建，竣工

后将成为展示医药企业形象，集散全国各地药材的一流中药材专业市场，为游客选购精品药材的理想之所。

● **药都樟树医药集团：**由具有百年历史的“樟树长春堂”药店分化而来。集团核心企业江西樟树制药厂为全国重点中成药厂，江西清江制药厂为国家二级企业，樟树医药公司为国家二级批发企业。集团秉承悠久的樟树重要文化和药材炮制加工的丰富经验与高超技艺，生产的药都牌、樟树牌系列中成药行销全国 20 多个省市，并远销东南亚及欧美。“樟树长春堂”药店是樟树独到的中药加工，独特的药业经营的代表，无论在药材的识别、选择、炮制、加工还是贮藏、制作工艺上都有秘传妙法，并有诸多独到之处，药工切出的药片“薄如纸，吹得走，断面齐，造型美”，有“白芍飞上天，木通不见边，陈皮一条线，半夏鱼鳞片，肉桂薄肚片，黄柏骨牌片、甘草柳叶片、桂枝瓜子片、枳壳凤眼片、川芎蝴蝶双飞片、槟榔切 108 片，一粒马钱子切 206 片的精湛饮片切制工艺，1994 年，中华人民共和国国内贸易部授予其为“中华老字号”颁发了铜牌与证书。

● **江西四特集团：**盛产享有“江西第一名酒”的四特酒。四特酒的酿造历史可上溯到三千年前的商代。南宋爱国诗人陆游在江西任上咏叹“名酒来清江，嫩色如新鹅”。明清之际，樟树作为四大名镇之一，酒肆药行遍布市中，酒店“婺源隆”号在酒坛子封笺上写上四个“特”字，因酒好受到人们赞赏，争相购买，“四特”声名就此远播。建国后，周恩来总理曾评价四特酒“清香醇纯、回味无穷”；邓小平同志赞其“酒中佳品、味道独特”；江泽民书记品后称赞其“名不虚传、上等好酒”。

● **药码头：**位于樟树市共和西路西端赣江东岸，建于清道光年间（1837 年）。码头岸上有广场，广场正中建一望津楼，登楼可览全港胜景。码头场面宽阔，气势宏伟，为赣江流域现存最大的古码头。

● **药都公园：**位于城区西南侧瓦窑湖上首，公园陆地地形为一片梧桐叶，水面似一宝葫芦，水陆面积 11.5 hm<sup>2</sup>。园内亭阁，应景而设，古朴别致；园内水面皆有桥相连，桥型各异，各具风格；水面群鸟低飞，彩舫轻摇；园内林木花草，多为药用珍品，常年浓荫蔽日，景色幽静宜人；园内并设健身舞厅，儿童乐园和棋肆茶座等设施。

● **赣江带：**为江西省第一大河流，长江第二大支流。樟树位于赣江下游，境内江段全长 28.4km。全市被赣江分为河东、河西两大板块。赣江江面宽阔。赣江市区上游段沿岸及江心小岛（誉家洲）沿岸沙质优良，树林繁茂，是度假休闲的好去处。

● **休闲广场：**位于城区南侧，占地 3hm<sup>2</sup>，场内多西式建筑，广场设有小型舞台，可供文艺爱好者自邀登台献艺。

● **市博物馆：**樟树市博物馆（原清江县博物馆）位于市城区，建于 1960 年，是江西省第一所县级历史博物馆。原中国科学院院长郭沫若题写了“清江县博物馆”馆名，馆内现有馆藏之物 7000 余件，其中珍贵之物 189 件，国家一级文件 15 件，如夔足虎耳青铜鼎、柳叶形铜矛、褐釉乳、钉纹柳斗杯、龙泉釉长颈瓶、黑彩彩绘、旋纹瓶、松花石观等。此外还有大批历代金银器、玉器、印章、字画、碑贴等。众言的馆藏文件中，以吴城商代邑城遗址出土的青铜器和印纹陶刻文字最具特色，引起了国内外专家的重视和赞赏。市博物馆现已成为研究赣中历史和江南古文化的实物资料库，是进行乡土教育和爱国主义教育的重要课堂。

● **誉家洲—红霞浴场：**樟树赣江公路大桥南侧一河水浅缓清澈的河滩即为“红霞浴场”。江中有一小岛即为誉家洲。岛上密植杨树林，岛周有优质沙滩环绕。浴场东西两岸亦为百顷青翠葱茂的杨树林。夏秋季节，成千上万市民蜂拥而至，或嬉戏于清流中洗涤尘汗，或掩体于沙滩中进行日光浴，或漫步于杨树林中进行森林浴，是洁身健体，净化身心的理想场所。

## 2) 景区建设规划

### （1）药文化旅游区（大三皇宫药文化访古休闲区）

依托原边街、三皇宫，开发药膳、茶坊、老字号一条街（荟萃中华老字号，特效药）等

项目。重现千年古药都文化与风采。

三皇宫位于樟树市区北部的边街，离大码头约 200 多 m。它是历史上药业人员供奉三皇和历代医药家之地，也是药材行铺集会的场所。可以说是古药都的标志性建筑。三皇宫的前身是药王庙，始建于光绪 13 年（1887 年）。三皇宫虽然于 1984 年 5 月 20 日被列为县级重点文物保护单位，1991 年药交会时，还是相当繁华的宫式建筑，但由于保护不力，目前已房顶塌落、梁柱腐坏，破烂不堪，危在旦夕，在原有基础上修复已不太可能。因此，为重现古药都的文化与风采，有必要参考原状重建。对相邻民居可适当拆迁、扩展范围，增大容量。三皇宫应在原址上进行重建，但其范围、结构和功能都应作一定的拓展和延伸。通过一系列突出药文化功能的仿古建筑群的建造，构建大三皇宫药文化访古休闲区。

**重建三皇宫：**原三皇宫由正殿、神殿、左右厢房、里院、戏台、套间、客厅、膳房、寝室等部分组成，形似四合院布局，建筑面积 890m<sup>2</sup>，开八字形门楼，青砖平砌，中嵌青石、豆绿石，浮雕人物、走兽、翔禽、花卉、楼阁于石上，门楼上端竖镶“三皇宫”石匾，横镶“如游上世”石匾；门联为“历劫真师朝圣阁，终天草木载皇仁”。入宫门通道顶部为木构戏台，高 2m，台面 60m<sup>2</sup>，藻井雕菱形木作螺旋排列，正中镂空雕隆起云龙，天花板以条木组织几何图形纹饰；朱漆为地，图案贴金，色彩鲜明，造型美观。戏台面对正殿，中间为石砌方形场地，左右设长方形神殿，正殿为歇山顶，通柱整齐排列，构架举折较高，彻上明造。三皇宫殿体部分可参照原样进行修建，正上方供奉伏羲、神农和黄帝三皇中医药始祖的雕像，他们是中华民族儿女的治病消灾的先祖。两侧摆设歧伯、扁鹊、华佗、张仲景、葛玄、王叔和、皇甫谧、葛洪、孙思邈、陶洪景、王惟一、李时珍、张景岳、叶天士等 14 位中医药学家塑像，形成一个庞大的药王群体。在参考原型的基础上，重新建造更为壮观的三皇宫。

**中国药文化博览馆：**主要为展示樟树千年药都的药文化深厚积淀以及中华民族瑰丽的医药历史与成就。博览馆可以分为 5 个功能区。

**中华医药文化历史展示厅（药史厅）：**该展厅面积约为 200m<sup>2</sup>，分三部分陈设。第一部分介绍中医对保健的主要观点；第二部分按时间顺序分阶段陈设中华医药史上对中华医药文化做出较大贡献的医药学家及其主要研究成果；第三部分介绍樟树历史上对中医文化有突出贡献的医药学家和民间名医巧匠及其主要的成就和贡献。

**中草药材、饮片和中成药展示厅（百草厅）：**该展厅面积约为 200m<sup>2</sup>，分两部分陈设。第一部分陈设药材及饮片，药用植物部分按植物分类纲目依次陈列，药用动物部分按动物分类纲目陈设，并附带该药材主要功能、生长习性与环境、空间分布等方面的文字说明；第二部分陈设中成药，按其主要功能依次陈列，可按“实用于不同年龄阶段”这一顺序依次陈列，并附带介绍该成药的主要功能、作用和用法的文字说明。厅内墙上可以画一幅中华道地药材分布图，给游客最直观的了解。

**中草药加工和中医治疗的主要器材展示厅（器材厅）：**该展厅面积约为 200m<sup>2</sup>，分三部分陈设。第一部分陈列中草药加工的主要器材，按药材分选器材、洁净器材、切制器材和炮制器材的顺序陈列；第二部分陈列中医治疗的主要器材；第三部分陈设樟树市有特色的中草药加工器材和中医治疗器材。

**中草药材加工、炮制过程演示厅（演示厅）：**该展厅面积约为 200m<sup>2</sup>。摄制一部反应中草药采集、分选、洁净、切制、炮炙、储存、饮用以及中医治疗包括把脉、针灸等过程的影片，向旅游者展示中华医药文化的深厚内涵。影片内容要突出樟树特色，要有专门反应樟树中医文化的片段，突出樟树中医药文化在中华医药文化的重要地位与作用。并可在专业人士的指导下，由游客现场购买药材，自己动手进行炮制。

**道家养生保健思想方法展示厅（长生厅）：**该展厅面积也控制在 200m<sup>2</sup> 左右，分三个部分进行展示。第一部分展示道教各流派的养生思想，主要介绍葛玄、葛洪的养生思想和相关著作。第二部分展示由这些思想所衍生出来的各种养生保健方法。第三部分展示、介绍道教

养生、保健思想方法对当今常见亚健康问题的借鉴。长生厅既可独立成厅，又可在三皇宫与博览馆一体化建设的情况下作为二者的过渡厅。

**药王保健休闲步行街：**边街原来是药商的活动集中场所，现存房屋都已十分破旧，街道也很狭小，且没有停车场，因此对结合大三皇宫药文化访古休闲区的建设对该区进行改造势在必行。边街的改造建议按仿明清的风格进行，禁止一切车辆进入该街区（可安排一些牛车、驴车、马车供人们代步之需），一切从业人员也务必按统一的风格进行着装。各店铺的陈设都必须按明清的风格进行设置。改造后的保健休闲步行街主要功能是给人们提供一个既能感受樟树古老的药文化，又能享受有关的保健养生服务的休闲场所。在街区的布局上采取分段式布局：自东向西依次为药茶小区、药浴小区、药膳小区、中医保健按摩小区、中医理疗小区、保健商品小区。同时考虑在街区外或者地下修建有 20—30 个泊位的停车场。

**中华老字号一条街：**把现有的南北向与边街相交的老街改造为中华老字号一条街。将“长春药店”等樟树传统老字号品牌在此街开设分店，同时用优惠的政策吸引国内其他老字号药店如“同仁堂”、“恒寿堂”、“童涵春”、“胡庆余堂”等前来此处开设分号。药号可参照仿古风格的“药摊”、“药墟”而建，前店后坊，悬壶售药，济世扶民。

## （2）新药都药业集散、加工、研发功能区

千年药都的辉煌已成为历史，在科技水平日新月异条件下，市场经济日趋完善的环境下，中国成功加入 WTO 的背景下，樟树的发展面临着许多新的机遇与挑战。在这种情况下，墨守陈规、因循守旧显然将约束樟树市的发展，并最终丧失自己药都的地位。因此，樟树必须依靠先进的技术，解放思想，做大中医药的集散、加工和研发工作。重新实现樟树药界龙头的地位。

**药材商务大市场：**可以进一步加强樟树作为药都的药材、饮片、中成药的集散功能。但由于现代通讯、信息技术的发展及物流渠道的多元化，药都集散地的功能正在逐渐萎缩。因此，新的药材商务市场必须在功能上进行拓展。利用在全国极具影响力的一年一度的药交会，在保持原有集散功能的基础上，进一步拓展信息集散、学术交流等功能。在新的药材市场中，分药都商务中心、药都信息中心、药材交易市场（药材交易）几大功能块。商务中心主要为药商交易提供业务服务、公证服务等；信息中心负责收集、公布本地各药商号的各类药材等级、批发、零售价格，以及国内、外主要其他药市的相关价格。并负责遴选相关信息在互联网上发布及与其他药市进行信息交流；药材交易基本在各商号内进行洽谈完成，之后可以由统一的仓储中心负责发货。该市场的建设已经开始启动，一期工程基本完成，主要是弥补现有药材市场规模过小之不足。根据规划今后将有二期、三期工程上马。必须打破现有建筑风格过于雷同、呆板、小器之风，根据所经营的药材进行多元化的建筑风格设计，以取得较好的视觉冲击。该市场建成后，不仅能吸引更多的市内外、省内外药材经营者，而且能吸引更多的游客。建议在该市场的建设时，充分考虑旅游业发展的需要，建设一些有利于旅游业发展的项目。

**医药科技研发基地（研发中心）：**树立“科技兴药”的思想，重视引进专业人才进行新药、特效药、保健品以及相关医疗手段和方法的研发工作，争取在全国乃至世界范围内打造一系列知名品牌。设立医药科技开发区，通过优惠的政策扶持，以及樟树“千年药都”这一无形名牌进行招商引资，以优惠的条件和合成的战略吸引国内外著名的中成药企业到此落户。利用国际先进的科技手段进行相关的研发工作。

**药材加工和炮制中心：**药学术研讨、新药研发基地，开发全国知名的拳头产品和知名品牌。樟树的药材炮制技术在中国药界独树一帜，闻名遐尔。“药不过樟树不灵”便是对樟树中药炮制技术的美誉。中心可分几个功能区，预处理区：对药材进行炮制前的预处理；炮制加工区：最好是半自动化的工艺，必须人工处理的环节还要用传统工艺来进行；展示、购物区：请工艺精湛的药工进行全手工的炮制表演，展示其“槟榔不见边，白芍飞上天”的风采。

并可在药师现场指导下进行非处方药的购买。

积极支持和辅助樟树医药集团公司申报国家高新技术产业化现代中药专业项目，即“樟帮”中药饮片现代化加工示范基地建设。建立一个符合 GMP 要求的传统中药饮片加工、生产基地。建立一个中药绿色环境科研中心。

### （3）滨江休闲游憩区

结合滨江防洪堤的改造，推出药都主题对赣江滨江大道及附近的已有休闲场所进行改建，使其成为本市市民与外地游客休闲游憩的良好去处。药都广场和药都公园以及联系二者的观光廊道与药都大道一起构建了“T”字架构的药都观光游憩带。

**药都大道：**即由原先的滨江道改建而来，作为连接药文化区和中药集散加工区的通道。改造时将机动车道向南迁移，靠近大堤一侧改建为拥有一定游憩设施的具有较高绿化覆盖率的游憩大道。江堤内侧可用樟树著名的艺术品：巨幅的“樟树版画”来展示樟树“药码头”当年“百里环至，肩摩于途”、“千帆林立”的胜景。在大道中可以根据药都的传闻、典故设计一些群雕，增加药都的文化气息。大道的绿化尽量选择适生的具有观赏性的药用植物——乔、灌、花草，形成立体型布局，显现药都特色。

**江心休闲岛：**主要依托誉家洲而建。誉家洲目前尚无人居住，岛上植有大量的杨树林，岛周沙质优良。但由于此岛在洪水较大的年份仍会被淹，因此不宜修建永久性的建筑。可适当考虑建造一些临时性的休闲设施，以自然野趣为主。需设置相应的防洪工程。岛上可分若干功能区：如休闲区，提供吊床、棋牌、饮茶、烧烤等；健身区：开辟江滨浴场、沙滩排球场、有氧健身运动场等。

**药都广场：**位于药都大道南侧，是大型休闲绿地主题广场，占地面积应在 10 万 m<sup>2</sup> 以上。药都广场应建设成为药都主要的节庆广场，并在其上建造药都标志建筑。城市标志性建筑既要集中反映其文化特色，又要集中反映其经济特点。“药”是樟树市文化和经济的集中体现，因此，樟树市的城市标志性建筑应以“药”为主题。要在城市最显眼的地段，如城市中心广场，修建标志性建筑。“药都”标志性建筑可设计为：标志性建筑的总体形象为“悬挂中药材的庞大的枳子树”，在这棵大树上悬挂樟树市中药材市场销售的主要药材。庞大的枳子树既代表枳子是樟树市生产的主要药材，又代表樟树市经济由众多的产业构成，而医药业是主要产业之一。树枝悬挂的中药材表明樟树市为“全国中药材之总汇”

**药都公园整治：**药都公园位于城区西南侧瓦窑湖上首，公园陆地地形为一片梧桐叶，水面似一宝葫芦，水陆面积 11.5hm<sup>2</sup>。园内水面皆有桥相连，桥型各异，各具风格；水面群鸟低飞，彩舫轻摇；园内林木花草，多为药用珍品，常年浓荫蔽日，景色幽静宜人。药都公园从总体而言有较好的基础条件，但目前可谓有名无实。主要存在药主题不突出，管理不到位，环境脏乱差等。药都公园的整治应突出药都主题，兼顾休闲功能。但在提供一般休闲设施的同时，注重增加药都特色的服务功能。如在茶坊里提供药茶等。加强环境整治，尤其是水环境的整治，利用大面积的水体开展水上娱乐项目、垂钓休闲项目。公园内的植物应以药业植物为主，植物进行挂牌，使公园具有中医药修学的功能。对现有的与药都形象不协调的设施进行关停并转。亭、榭、楼、阁、坊、船、桥都赋予其药文化、典故的内涵。

### （4）其他建设项目

围绕着药都整体形象工程，还可进行以下项目的建设：

**市区“药化、绿化、美化、亮化、洁化”五化工程：**结合樟树市旧城区改造工程和文明城市建设工程，加强环境整治工程，道路整治工程、卫生整治工程，灯光工程等。增加市区绿地面积，绿化植物最好兼具观赏性和药用价值的特点，体现药都的特色。提高市民的道德规范和文明意识，自觉参与到营造和保护良好的樟树形象的工程中来。

**名人广场工程：**结合新城改建，在城市规划中的几个中心广场分别可以以古代医药名人命名，并相应在广场建造其塑像。如扁鹊广场、孙思邈广场、华佗广场、李时珍广场等，构

建药都系列标志性建筑。

**酒文化展览馆：**依托四特酒集团现有的展示厅进行进一步的功能扩展。展馆可分为多个展厅，大致可以分为东方酒文化和西方酒文化两大系列。东、西方酒文化展示又可分别包括以下几个功能区：名酒展厅：主要展示各类名酒；酒具文化厅：主要展示各类酒具及不同的使用方法，如夜光杯、水晶杯、白瓷杯等酒具的不同意境；酒文化展厅：赏酒、品酒、酒与山水、酒与诗词、酒与戏剧、酒与名人等与酒相关的文化活动、作品等。在展示的方法上可采取实物和多媒体影像等多种手段。

**产业旅游：**就产业旅游而言，樟树主要包括药业和酒业。产业旅游是当今旅游业的一个重要内容。一方面可以丰富旅游活动的内容，另一方面也可以传播企业的产品形象。因此，樟树酒业集团和药业集团在进行厂区改造时，应充分意识到这一点，开辟专门的产业观光廊道。

**完善接待设施：**目前全市只有一家二星级宾馆，接待能力和标准都相对较低，一旦旅游业迅速发展，作为樟树全市旅游的集散地和中心，则很难满足游客的需求。因此，应有计划地进行接待设施完善。接待设施的建设中必须在功能和配套设施、餐饮服务以及风格上都能反映药都的特色。

## **2、閤皂山道药养生休闲旅游区——重点旅游区**

### **1) 总体开发定位**

閤皂山森林公园旅游区包括閤皂山福地景区、葛仙湖（店下水库）景区和玉华山景区三个主要功能区。

**定位：**依托閤皂山深厚的道家文化底蕴、绝佳的生态环境和山水灵气，将閤皂山建设成为全国一流的养生保健旅游、生态旅游、疗养旅游及相关专业人才的培养、访习基地。

**功能：**养生保健、生态疗养、道教朝觐

**形象：**道教福地、绿色仙境

**目标市场：**保健养生产品道教文化产品面向日、韩、港台、东南亚等地的中老年市场，逐步开拓西方市场；生态旅游产品以省内为主，注重开拓国内沿海发达地区市场；店下水库更名为葛仙湖，休闲游憩产品以本地及周边城市市场为主。

**规划重点：**以福地景区为依托构建保健、道家文化、养生系列旅游产品；以閤皂山森林公园为依托开发森林旅游、生态旅游系列产品；以葛仙湖（店下水库）为依托开发系列现代休闲度假产品。

### **资源依托：**

● 閤皂山国家森林公园：位于市郊东南部 20km。森林公园面积 6860hm<sup>2</sup>，由玉华、龙珠、福地三大景区组成，森林覆盖率达 83.4%，空气中负离子含量为 6.5 万个/cm<sup>3</sup>，空气质量和水质都超过国家一级标准。气候宜人，有“夏眠需盖被、寒冬鲜有冰”之实。閤皂山森林公园万顷森林环峙，茫茫林海延亘，有“竹海听涛”等丰富的森林景观；有“夫子”银杏等珍稀古木；有“灵岩古洞”等地貌景观。

● 葛仙湖（店下水库）：位于玉华景区北部店下镇郊，水面达 272.6hm<sup>2</sup>，水质十分优良。距市区 20km，是一座集灌溉、防洪、发电、养殖为一体的综合水利工程。湖上烟波浩瀚，湖畔花木葱茏。湖区目前已初步开发，在湖畔构建了狮山庄园度假村和游湖舫艇以及游泳场所。政府也投资修建了一条从店下至湖区的水湄公路。

● 道教文化：閤皂山为中国道教圣地之一。汉晋时期，葛玄、葛洪在閤皂山采药炼丹，布道施诊，创立神仙道教丹鼎派。丹鼎派追求服药炼丹，长生成仙为目的的修炼活动，中国学者称之为“金丹道”，近代日本学者则称“葛氏道”，后世道书称魏晋神仙道教中的医药学为道教医药学。以葛玄、葛洪为代表的医学家在閤皂山开创了道教医药学，在中国医药史上写下了光辉的一页。千百年来道家羽士争相归隐，名医方家接踵而至，使得閤皂山成为道教

圣地和道教医药学家的摇篮。葛洪重孙葛巢甫在江南一带创立“灵宝派”，认閤皂山为祖山，信奉和传承《灵宝经》。其后灵宝派风行于世，信徒超过了上清派，成为江南一大道派，到了唐代与上清派融合为“閤皂宗”。他们以閤皂山为本与贵溪龙虎山，南京茅山鼎立，并称江南三大道教名山。唐高宗仪凤年间，赐閤皂山为“天下第三十三福地”，宋时敕封为全国三大传篆圣地之一，封其主殿为“大万寿崇真宫”。现閤皂山上仍存有大万寿崇真宫、道德宫、景德观遗址，宋画像石墓、青松、丹桂、真人坐化缸等大量道教景观。

## 2) 景区建设规划

### (1) 基本建设项目

**店下镇——閤皂山道路：**在现有的基础上改建、拓宽店下至福地景区（林场）的道路。道路长约 12km，按 2 级公路的标准修建，道路两侧应预留空间供今后拓宽之用。景区内的步行道也应进行修整和改建，并在现有基础上进行步行道线路的调整。将各景点有机地串联起来。步行道的建设风格必须与景区的风格一致，在方便、安全的基础上避免过于现代化。

**閤皂山旅游定点班车：**目前从市区到景区尚没有固定的旅游交通，许多到閤皂山的游客都是开自驾车或包租出租车前往，十分不便。因此，要发展閤皂山旅游，必须完善旅游交通，开辟市区至福地景区的公共旅游交通。景区内可考虑用矮马、驴骡、滑竿、抬轿等无化学污染的代步工具。

**閤皂山环境整治工程：**景区内目前环境较为混乱，虽然游客尚少，但沿途已有不少废弃物。而且没有专人进行收集处理，林场牲畜家禽粪便直接排入溪中，对山涧之水污染较为严重。此外，高架电线架设凌乱，还有山林砍伐行为。针对种种现状，必须采取措施加以治理，辅之以在景区道路沿途设置垃圾收集器和旅游厕所，并将有关的管理规范在其他待开发景区进行推广。

**閤皂山接待设施工程：**閤皂山目前基本没有面向游客的接待设施。可以根据閤皂山的生态旅游、养生旅游、道教文化的特色，在建造一定数量的专业养生场所的基础上，再建设一些生态型旅馆、生态木屋等接待设施以及提供药膳、保健茶、山珍的饮食场所。

### (2) 景区建设项目

对已有景点进行深度开发：该景区的景点开发还处于初级的阶段，景点建设过于粗糙，缺乏文化内涵，特色不具。所以资源优势尚未能很好地转化为现实的经济优势。因此对目前的景点需要根据景区的特色与功能进行深度的开发与完善，形成系列产品。

**道家养生苑（新建）：**福地景区是道家灵宝派养生思想的策源地。道家思想中，“清静无为”、“返朴归真”、“顺应自然”、“贵柔”等主张，对中医养生保健有很大影响和促进。福地景区环境幽静、景色宜人，并且有着深厚的道家文化底蕴。因此在此可考虑修建一所道家养生苑，作为养生保健的基地。养生苑兼有吃、住、养生、保健、休闲和文化功能。养生苑的建筑风格可以参照道观而建，里面的设施也可以借用道家用具的造型。养生苑的工作人员着道士装，在养生思想及方法上指导养生者。

养生苑以养生为主题，根据不同的养生思想可设置不同的养生修行区：无为宫：主导思想是“清静无为”。清静，指的是心神宁静；无为指的是不轻举妄动。具体地说，就是《道德经》所说的“少私寡欲”。这种清静无为以养神长寿的思想，一直为历代养生家所重视。体现道德养生，培育精神文明。

**形体宫：**道家形体修炼主要表现在按摩和导引术上。按摩是指用手按擦摩捏有关部位或经穴；导引是屈伸肢体，导气令和，引体令柔。按摩与导引常常是连在一起进行的，并不那么泾渭分明。关于按摩、导引的作用，《玄鉴导引法》归纳为这样四点，就是：“一则以调营卫，二则以消水谷，三则以排却风邪，四则以长进血气。”形体宫就是由有关专业人士的指导下进行道家形体导引修炼，如五禽戏和在其基础上改进和创新出的八段锦、十二段锦、二十四节气坐功等导引术等。养生苑可考虑建立科学的养生作息表：如晨起即修“叩齿鼓漱”

功法（晋代道家葛洪《抱朴子》提出：“清晨建齿三百过者，永不动摇。”），吃保健早餐；上午清静养神，习无为之法，中午吃道家养生餐……。为广大海内外道家养生文化爱好者提供良好的场所。

**福地疗养院：**在现有的福地疗养院基础上，进一步进行规模的扩建和功能的扩展，改变目前仅提供住宿、餐饮的现状。新建药浴室、药膳馆、导引房等养生设施，并根据不同的养生、疗养需求提供相关的个性化服务。疗养院可以聘请有关养生专家为不同疗养者提供个性化的疗养建议，以满足不同需求。

**道家养生修学（研究）中心：**閤皂山是“葛家道”的发源地，而葛家道对养生之术颇有研究，葛洪所著《抱朴子养生论》在道家养生领域有着广泛的影响。炼内丹（修身养性）、晨起叩齿等养生术至今仍被广泛接受。閤皂山应抓住这一契机，组织有关人员对道家养生术进行深入系统地开发，并用现代科学理论加以论证，构建閤皂山独有的道家养生方法体系，通过疗养院、养生苑加以推广和设施，最终在国内外打出自己的品牌。在时机成熟的时候，可通过召开“道家养生思想研讨会”等活动，以增强閤皂山在国内外的影响。

**扩建大万寿崇真宫：**大万寿崇真宫始建于吴嘉禾二年（公元 233 年），为葛仙翁入山时所结的卧云庵，葛玄“仙蜕”之后改名“灵仙馆”。唐宋皇帝先后敕封赐名为閤皂观、玄都观、景德观、崇真宫、万寿崇真宫。1246 年，南宋理宗更崇封为“大万寿崇真宫”。现宫观重建于閤皂山深邃处，正殿坐北朝南，殿中供奉葛仙翁，张天师、计真君的塑像。崇真宫目前体量太小，功能单一。大门外活动场所极为狭小。因此，应考虑重建或扩建大万寿崇真宫，把道场做大。增加食宿功能，为有需要的游客提供“做一天道士，吃一顿仙餐”的服务。注重道家文化的相关旅游商品的开发，满足游客的购物需求。大万寿崇真宫扩建工程完成以后，应考虑从国内外引进德高望重的道长前来担任主持，扩大閤皂山在道教界的影响，重振其道教祖庭的地位。

**重建“葛仙祠”：**葛仙祠又名仙人庵，为葛洪之祠宇，现已毁。葛洪对中国的道药学有着巨大的贡献，其写就的《肘后备急方》是一部重要的中药著作，被樟树药界列为必读教材，樟帮炮制原则第一句就是“尊肘后”，可见得其对樟树制药的影响。

**恢复其他道教场所：**鉴于閤皂山在我国道教史中的崇高地位，应在最近两年内考虑民间集资修复和重修道德宫（紫阳书院）、灵祖殿、东岳殿、玉帝殿、观音殿和地母殿等殿堂。从而构建閤皂山道教名山的整体形象。

**建设中华药博园：**中华药博园在原百草园的基础上改建而来。百草园位于福地景区挂壁峰南，相传为葛仙翁传艺授徒和医病应急而采集山中百草、集中栽培所辟，按“神农尝百草”之意取名百草园。建议在目前百草园的基础上扩大种植各种中草药植物，以全国各省区为单位划定用地，按园林设计要求进行药用园林配置，园内配以历史上中医药名师之雕像，以展示中华古国灿烂的中医药文化，使人们游药园而知神州之精华，成为集赏景，科研于一体的场所。

**中草药培育基地：**閤皂山的环境十分适宜药用植物生长，因此可以考虑在此建立中草药培育基地，进行中草药材的培育、试栽等工作。对于只有在閤皂山区才能生长良好的中草药材，可以考虑划出特定的区域作为培育、生产基地。

**葛仙湖游憩休闲工程：**交通便利、条件优良，位于福地景区与玉华之间。湖区水体面积较大，水质好，四周植被繁茂，风景迷人。距离市区仅 20km，且有道路直达湖区。因此可在此开辟休闲度假旅游项目。目前已有狮山庄园度假村，在此基础上可考虑利用湖周山体及湖周区域增设休闲、游憩的场所和设施，如度假营，水上运动中心等。结合湖区的改造工程，实现库区的美化、绿化工程。

**玉华山观光缆道：**开辟福地景区至葛仙湖的游憩步道，并注重沿线的景点开发，如有必要可考虑建造从二景区的分水岭至湖区的观光缆车。并打通湖区至玉华的旅游通道，使景区

有机地串联起来。

### （三）旅游建设项目与时序规划

旅游景区的建设是分步实施。其项目安排的时序是优先考虑基础设施，特别是重点景区的基础设施，尤其是通向景区的道路建设。每个景区的首要工程的时序安排安排在近期。市区的建设工程要结合城市改造和建设逐步完成。具体见表 9-2。

**表 9-2 樟树市旅游建设工程项目时序表**

| 建设<br>景区 | 旅游项目              | 建设期  |
|----------|-------------------|------|
| 药都旅游区    | 重建三皇宫             | 近期   |
|          | 中国药文化博览馆          | 中期   |
|          | 药王保健休闲步行街         | 近期   |
|          | 中华老字号一条街          | 中期   |
|          | 药材商务大市场           | 近期   |
|          | 医药科技研发基地          | 近期   |
|          | 药材加工和炮制中心         | 中期   |
|          | 药都大道              | 近期   |
|          | 江心休闲岛             | 中期   |
|          | 药都广场              | 中期   |
|          | 药都公园整治            | 近期   |
|          | 市区“药化、绿化、美化、亮化”工程 | 中期   |
|          | 酒文化展览馆            | 近期   |
| 閤皂山旅游区   | 店下镇——閤皂山道路        | 近期   |
|          | 閤皂山环境整治工程         | 近中远期 |
|          | 閤皂山接待设施工程         | 近期   |
|          | 道家养生苑（新建）         | 中期   |
|          | 形体宫               | 中远期  |
|          | 福地疗养院             | 中远期  |
|          | 道家养生修学（研究）中心      | 中远期  |
|          | 扩建大万寿崇真宫          | 中期   |
|          | 建设中华药博园           | 中期   |
|          | 中草药培育基地           | 中期   |
|          | 葛仙湖（店下水库）游憩休闲工程   | 近期   |
|          | 玉华山观光缆道           | 中期   |

### （四）旅游线路开发设计

#### 1、省际旅游线

上海——三清山——龙虎山——樟树——长沙——张家界（或昆明、桂林）

北京——樟树——赣州——深圳

北京（首都）——西安（古都）——景德镇（瓷都）——樟树（药都）——瑞金（红都）

#### 2、省域旅游线路

樟树市旅游资源特色明显，交通便捷，区位优势突出，便于与省内外各主要旅游景点、景区组合，形成特色明显的旅游线路。

南昌——樟树——井冈山

南昌——樟树——仙女湖

南昌——樟树——赣州

### 3、区域旅游路

樟树——宜春——武功山

樟树——仙女湖——明月山

樟树——新余——宜春——萍乡

樟树——静安——三爪仑

樟树——上高——九峰山

樟树——上高——宜丰

樟树——阁皂山——乐安

樟树——丰城——抚州

樟对——吉安——井冈山

樟树——新干——峡江

樟树——南昌——九江（庐山）

樟树——龙虎山——三清山

### 4、市域旅游线路

樟树市旅游资源最大的特色就是“医药”，因此，市内要重点推出具有“药都”特色的医药文化旅游线路，突出药源、药史、药市、药膳、药景、药材炮制、保健等特色，形成与之相关的两个旅游区。

#### 1) 药都文化旅游线路

三皇宫——中国药文化博览馆——药都保健旅游街——药码头（望津楼、望津亭）——药都大道——药材市场——药都公园——药都广场

#### 2) 皂山旅游区的旅游线路

接仙桥——鸣水桥——中华药博园——大万寿崇真宫——紫阳书院（道德宫）

福地景区——葛仙湖（店下水库）——玉华景区

#### 3) 生态美食游线路

市区——洲上乡桔园——临江美食街、药膳街——保健食品购物街

## 五、旅游形象策划与市场营销

旅游形象是旅游地的旅游产品、相关的中介服务及媒体的宣传等在旅游者心目中形成的对旅游地的综合认知印象。树立良好的旅游形象是发展旅游业的重要环节，在某种程度上还决定了该地区旅游发展的成败。

旅游形象策划是旅游区发展规划的主要组成部分，它对于塑造旅游区鲜明形象、拓展旅游市场、激发员工的荣誉感和归属感具有重要意义。但樟树至今仍缺乏鲜明的旅游总体形象，在对樟树旅游地脉、文脉分析的基础上设计了旅游形象理念基础、视觉形象和行为形象，策划了“神奇樟树十大游”的产品形象；并对基于形象策划的市场营销进行了规划。

樟树市旅游业目前尚处于起步阶段，宣传促销的力度也较缺乏。游客选择旅游目的地时很难将其纳入计划。樟树市的一些旅游资源与沿海及经济发达地区的旅游资源具有较强的互补性，更为重要的是樟树市的旅游产品符合当今人们追求健康的潮流。然而樟树市至今还没有区别于其它旅游地的独特鲜明的旅游形象，缺乏激发大众来樟树市旅游的理念和着力点，亟需有一个具有强烈召唤力的旅游形象推介给大众，以在江西乃至全国形成独具魅力的旅游目的地。

### （一）樟树市旅游地脉及文脉分析

区域旅游形象的定位取决于旅游资源构成，“地脉”和“文脉”的特色以及客源市场的需求。

#### 1、地脉

樟树市的地脉主要体现为“一江、两山、两湖”。具体表现如下：

● **赣江**：为江西省境第一大河流，长江第二大支流。自南向北贯穿全省，经鄱阳湖注入长江。樟树位于赣江下游，境内江段全长 28.4km。全市被赣江分为河东、河西两大板块。是樟树市的母亲河。

● **阁皂山与玉华山**：位于樟树市境内东南部，为武夷山西延余脉。山体高耸陡峭、山峦起伏，地貌以高丘低山为主。玉华山主峰海拔 1169.1 米，为赣中最高峰。阁皂山植被茂密，森林覆盖率达 83.4%，已被批准为国家森林公园。

● **葛仙湖（店下水库）**：是一人工湖，位于店下城郊，为阁皂山森林公园的一部分，与阁皂山福地景区隔山相望。面积近 3km<sup>2</sup>，湖水水质良好，湖周植被葱郁，环境十分优雅。湖滨目前已在修建狮山庄园。

● **玄女湖（吴城水库）**：位于山前乡吴城遗址的西北侧，湖水清澈，湖中有岛，但岛上和湖周的植被覆盖率较低。

● **其他地貌景观**：主要有灵岩古洞等洞穴景观以及千姿百态的峰林景观。

● **生物**：樟树市地处亚热带季风区，气候温和，雨水充足，适宜植物生长。全市森林覆盖率为 24.13%，其中药材资源有 500 余种，以车前子、吴茱萸、黄栀子、枳壳最为著名。野生动物主要有黑鹿、小天鹅、穿山甲等。此外，在生物特色景观方面还有古樟树、古桂花树等千年古树。

● **位置**：位于江西省的中部核心地区，境内有浙赣铁路、京九铁路、105 国道、昌樟高速、以及规划中的沪（上海）瑞（丽）高速通过。处在全省以京九为主干、浙赣为两翼的大十字型生产力布局的交汇点，发展条件得天独厚，具有相当优越的区位条件。

## 2、文脉

● **文明史**：历史源远流长，是江南古文明的发祥地之一。

● **文化积淀**：樟树渊源的历史带来了丰厚的文化积淀，其中以药文化、道家文化、古文化以及酒文化最具特色。

● **药文化**：樟树药文化源远流长，早在东汉时期葛玄在阁皂山采药炼丹开创樟树药业先河。唐朝始成“药墟”、宋成“药市”，至明、清年间，药码头千帆林立，樟树赢得“药都”美誉，孕育出特有药文化景观。

● **道家文化**：樟树阁皂山为江南三大道教名山之一，与贵溪龙虎山、南京茅山鼎立，是道教灵宝派发祥地、丹鼎派的祖庭。在中国道教史中占有崇高的地位，被唐高宗御封为“天下三十三福地”。当年葛玄的炼丹炉、丹井仍依稀可辨，古刹大万寿崇真宫长年香火缭绕，朝拜者不绝。

● **古文化**：樟树境内有大小遗址 120 多处，其中最为著名的就是两处国家级文物保护单位：筑卫城遗址和吴城遗址。吴城遗址的发现打破了“商文化不过长江”和长江以南为“荒蛮之地”的论断，筑卫城遗址则为远在 4500 多年前新石器时代晚期的先民活动生息所留下的古城印迹。

● **酒文化**：樟树市酒文化源远流长，其历史可上溯到三千多年前的商代，在吴城遗址的挖掘中发现的青铜酒具可为其佐证。明清之际，樟树作为四大名镇之一，酒肆药行遍布市中，酒店“婺源隆”号在酒坛子封笺上写上四个“特”字，因酒质上佳而受到人们赞赏，争相购买，“四特”声名就此远播。周恩来总理曾评价四特酒“清香醇纯、回味无穷”；邓小平同志赞其“酒中佳品、味道独特”；江泽民书记品后称赞其“名不虚传、上等好酒”。

● **民俗文化**：樟树在数千年的发展过程中，逐渐形成了自己独特的民俗文化，饮食习俗。是赣文化的重要组成部分。

## 3、整体形象定位

旅游地形象是旅游地给游客所赋予的综合认知印象，确定旅游地形象是旅游规划的一项

核心工作。旅游产品的规划、布局、促销都应围绕着体现旅游地的这一形象而进行。

根据樟树市的文脉和地脉特点，确定樟树市的整体形象如下：

名镇酒乡，道教圣地

中华第一药都

## （二）旅游形象（TIS）策划

### 1、理念基础

● 中华药都                      ● 道教圣境

● 养生福地                      ● 名酒之乡

### 2、旅游宣传口号

基于上述理念和整体形象，设计并推出系列宣传促销口号，以塑造和强化樟树旅游形象。

以下口号可适时推出（不同媒体，不同目标市场，不同阶段应推出不同口号）：

- 千年药都 赣乡名镇
- 山不在高，葛仙则灵
- 灵山秀水樟树游
- 健康加油站，樟树生态游
- 回归纯真自然，享受绿色人生
- 樟树—中华第一药都
- 养生福地，健体天堂
- 神奇樟树、健康之旅
- 疲惫而来，抖擞而归
- 樟树=生态+药都+养生
- 神奇、淳朴的樟树
- 樟树—中华药王的摇篮
- 樟树—名木之乡，健康保证
- 发展药都，振兴樟树

## （三）旅游市场形象促销

### 1、常规促销

常规促销一般是通过传统的广告媒体进行营销活动。

● 重视利用各种宣传媒体来树立樟树在广大消费者中的形象。针对主要客源市场，分别采取“攻城掠地”、“总体轰炸”、“个别突击”等多种方式，争取做到视有影（电视广告）、播有声（广播广告）、报有文（报纸宣传）、手有图（宣传图册）。尤其注重在《中国国家地理》、《旅游》、《中国旅游》、《旅行家》、《旅游天地》等相关专业杂志，《中国旅游报》、《旅游时报》、《人民日报》及其海外版、《经济日报》、《光明日报》等具有广泛影响力的报刊，以及《北京晚报》、《北京青年报》、《新民晚报》、《扬子晚报》、《羊城晚报》、《南方周末》等在广大发达地区市民中具有较大影响的报纸上对樟树进行宣传报道。与此同时，注重与中央电视台、各地卫星电视以及主要客源地区的地方电视台的相关栏目进行合作，进行宣传促销活动。从而构建全方位、多层次、多渠道的宣传、促销体系。

● 在产品形成一定规模后，组织促销队伍，积极参加各类旅游展销会。让国内同行了解、接受樟树的旅游产品。与此同时，还应注重到主要的客源区开办旅游展览会，进行市场促销活动。

● 根据樟树药都的特色以及“养生保健”这一主要产品理念，应有目的地和有关的中医机构、中药研发与生产单位、养生保健机构进行紧密联系，以保证产品的即时性、前沿性。同时注重加强和相关重点消费团体的联系，如工会、侨联、退管会、各类健身组织等等。

● 提供优惠条件，争取著名的大医药集团在樟树设置办事处，建立销售网络，开辟药

源生产基地，形成群英荟萃，名厂云集之势。使名家成为无形的促销广告。

## 2、公关促销

公关促销是一种促进与公众建立良好关系，通过公众渠道传播形象的促销方式。这种方式具有可信度高、容易赢得公众的好感等优点。但是这种促销方式组织工作量巨大，不能直接追求经济效益。

● 宣传型公关促销：通过与各类媒体构建良好的公共关系，向社会公众宣传樟树的发展成就和旅游形象，通过专栏、专题报道等形式来保持樟树市旅游产品能即时得到宣传和推广。可适时邀请各地书法家协会、美术家协会、摄影家协会、记者协会等机构组织会员到樟树来绘画、写生、摄影、采风。并组织有关作品参加海内外的艺术作品展。

● 社会型公关促销：通过举办各类社会性、文化性、公益性的公共活动来树立、推广樟树在公众中的形象。此类大型活动不在于多，而在于精。考虑请公关策划专家进行大手笔的精品活动策划。如联合道教协会、中国中医药学会举办“中国传统养生保健研讨展示会”等活动。在活动进程中注重与媒体保持紧密的联系，及时跟踪报道，扩大活动在公众中的影响。

● 服务型公关促销：主要通过为游客提供周到、方便的服务来赢得公众的好感，提高樟树市在公众中的整体形象。还可以邀请一些媒体报道的疑难杂症或需要医疗援助的对象来樟树进行治疗（超级肥胖、患“三高”的知名人士等），以此来树立樟树的形象。

## 3、节庆促销

节庆活动促销是一种近来常用的促销方式，利用庆典、节日、民俗、当地的特色文化作为依托开展大型的活动是这一促销活动常用的方式。成功的节庆促销往往能够在较大的范围内造成较大的影响，能够收到较好的经济、社会效应。故而如今成为各地普遍采用的营销方式之一。节庆促销的成功与否，往往取决于活动的创意，因此应邀请策划大师进行大手笔、高起点、高品位的精品创意。对于樟树市而言，可以围绕“中药”这一品牌作一系列节庆促销活动：

● 围绕药都主题，结合樟树深厚的文化底蕴开展“中医药养生国际文化节”

● 在现有药交会的基础上，进一步拓展药交会的功能，形成每年一届的“中国传统医药技术交流研讨暨药材交易博览会”。构建一个集药材交易、医药科技研讨、药文化展示、名医荟萃（会诊）的既有专业水平又能满足百姓健康、养生需求的大型集会。

● 联合河北安国、河南百泉、安徽亳州、吉林通化、四川成都等中国其他知名药材集散地进行依托不同主体，开展不同主题的系列活动。力图通过这些活动共同提高中医药在医学界的影响力和地位。

## 4、网络促销

信息化时代，网络在社会、经济等越来越广泛的领域发挥着越来越重要的作用。在目前已有的中国药都信息网基础上需进一步完善、增加保健、养生、生态旅游的网页。全方位地介绍樟树市的吃、住、行、游、购、娱的概况。重点突出一山、两镇、两城以及樟树市的药文化、古文化、道家文化以及酒文化。

加强与其他网站尤其是知名的旅游网站（中国旅游网以及各地政府旅游网）、搜索引擎（Yahoo, Sohu 等）、热门站点（163, 169, 网易, 新浪网等）的链接，力争将其影响扩大到最大。

进一步拓展网络功能，建立完善网络预定、查询系统。实现网络在线即时查询线路、景点、客房价位、来往车次及相关的预定工作。

考虑到海外市场是樟树市客源市场的重要组成部分，因此在网页制作时应考虑增加英文版、日文版、韩语版、繁体中文版（Big5）。

## 5、连锁促销

樟树市的旅游尚处于刚刚起步的阶段，因此很难在较短的时间内直接打开局面，取得广大游客的认同。因此在初期阶段应重点考虑通过连锁促销的手段来打开局面。借助已较具规模的旅行社来带动樟树旅游业的发展。每年在适当的时候，可以考虑和省周边城市联合邀请主要客源国的旅行商来考察景点，踩线，增加感情交流，加强合作，说服其将樟树市纳入到他们的旅游线路和网络中去。待到时机成熟，樟树市可以举办自己的旅游发布会，请国内外知名旅行社进驻樟树，樟树也可以委派代表驻其他主要客源市场。

## **6、其他促销**

● 事件炒作，如在全国范围内评选樟树旅游形象大使。

● 利用各种媒体和旅游交易会的机会，邀请客源产出地的旅行商代表和新闻媒体代表前来樟树。主要客源地建立代理点，或建立合资旅行社，开辟在客源地直接招徕、组织客源的渠道。

● 在南昌市、樟树市火车站、长途汽车站及繁华地段设立导游图牌及咨询处。争取将部分旅游列车和旅游巴士冠名为“药都号”或“閤皂山号”，在发往各地的列车（如南昌—北京、南昌—上海、南昌—厦门、南昌—西安等）上为旅客发放介绍樟树风光的纪念册或宣传册，介绍樟树丰富的旅游资源、秀丽的风光、灿烂的文化、便捷的交通。

● 拍摄有关葛玄、葛洪、孙思邈、药都风云为题材的电视剧和旅游风光片。

● 采取经济手段用于激励取得较好销售业绩的旅游代理商，或采取奖励、优惠、抽奖的销售行为。

## **（四）营销保障系统**

### **1、建立旅游促销协调小组**

由市委宣传部牵头、市外办、侨办、台办、外贸、文化、教育、统战和旅游部门共同组成，全方位开展旅游宣传促销工作，形成强大的宣传合力。宣传部门要把旅游作为精神文明建设重要部分，认真抓好此项工作。

### **2、充实市场宣传促销机构**

樟树市各旅游景区、景点及旅游局都要充实市场宣传促销机构，培训营销骨干。各类旅游企业落实市场开发的机构和人员。旅游行政管理部门的旅游形象宣传与旅游企业的产品营销有机结合，联合开展各类宣传促销活动。

### **3、加大旅游促销投入**

促销工作是一项需要大量资金投入的工程。在保证初期投入的基础上，随着旅游收入增加而逐步提高其比重。可以考虑制定《樟树市旅游发展基金办法》，多方位地筹措资金，各类旅游企业依照规定缴纳促销费，保证市场营销经费。

## **六、药都建设投入与效益**

### **（一）投入**

药都建设主要有如下重点工程：

药都三皇宫重建工程

中国药文化博览馆

药王保健休闲步行街

中华老字号一条街

药材商务大市场工程

医药科技研发基地

药材加工和炮制中心

药都大道

江心休闲岛

药都广场

药都公园整治  
 市区“药化、绿化、美化、亮化、洁化”工程  
 酒文化展览馆  
 店下镇——阁皂山道路  
 阁皂山环境整治工程  
 阁皂山接待设施工程  
 道家养生苑（新建）  
 形体宫  
 福地疗养院  
 道家养生修学（研究）中心  
 扩建大万寿崇真宫  
 建设中华药博园  
 中草药培育基地  
 葛仙湖（店下水库）游憩休闲工程  
 玉华山观光缆道  
 樟树药都系列工程总投资近 10 亿元。其中，前期投资 4 亿元。

## （二）效益

药都保健旅游工程的产出主要表现为经济效益、社会效益与生态环境效益三个方面：

### 1、经济效益分析：

樟树旅游业确立以振兴千年药都为主体，培育全省，乃至全国旅游新的专题旅游生长极，其发展在一个弱势的传统产业基础上，采取超常规、非线性的大跳跃式发展模式。从国内外市场分析，医疗保健旅游将富有极强的生命力，市场容量广阔。新近对全国广告投入的综合分析证明，前五名中有三名（第一保健食品、第二和第四均医药‘消化道与呼吸道医药’广告，而家用电器和手机高新技术分居第三和第五位）。

#### （1）近期——大力创业期（2001～2005 年）

把旅游业作为全市国民经济新的增长点来培育，发展成为第三产业的支柱产业，旅游业对 GDP 的贡献提升至 3%左右，把樟树建成江西旅游新星。

#### （2）中期——全力建设期（2006～2015 年）

把旅游业建设成为全市国民经济支柱产业，旅游业对 GDP 的贡献达到 8%左右，把樟树建成江南道教旅游胜地和江南药都保健胜地。

#### （3）远期——积极升华期（2016～2020 年）

把旅游业建成为樟树市国民经济重要支柱产业，旅游业对 GDP 的贡献达到 10%左右，全面建成中华药都和中外驰名的道教养生保健胜地。

表 9-3 樟树市旅游业发展指标

| 项 目       |          | 2000 | 2005  | 2015   | 2020   |
|-----------|----------|------|-------|--------|--------|
| 国<br>内    | 游客数（万人次） | 1.8  | 10    | 50     | 100    |
|           | 旅游收入（万元） | 200  | 1500  | 38000  | 100000 |
| 入<br>境    | 游客数（人次）  | 375  | 10000 | 100000 | 160000 |
|           | 旅游收入（万元） | 7.5  | 200   | 2800   | 8000   |
| 旅游总收入（万元） |          | 262  | 3160  | 61240  | 166400 |

前期 4 亿元投资仅为引导性投资，尚需一倍乃至更多的专项投入，方能确保产业的顺利发展。其投入产出效益要优于省内一般观光度假旅游项目。

### 2、社会效益分析

旅游不仅能为樟树国民经济结构调整做出贡献，培育新的生长极，而且社会效益十分

显著，如按每接待 100 名国内游客，直接安排 1 名直接就业者和 3.5 名间接就业者计算，则 2005 年预计可解决 1000 名直接就业者和带动 3500 名间接就业者。

而海外游客的比例更高，大约每接待 40 名游客即可安排 1 名直接就业者和 3.5 名间接就业者。这样，2005 年总计将能安排 250 名直接就业者和 875 名间接就业者。这样将大大缓解樟树市就业压力，对社会的安定与团结起到积极作用。

### 3、环境效益分析

塑造 21 世纪千年药都新形象，大大提高全市的知名度、开放度，增进文化交流和文明建设，大幅度改善人居环境，使城乡绿化、美化、亮化、硬化乃至数字化建设跨入全省先进行列。

## 七、药都旅游商品开发

### （一）樟树市的潜在旅游商品资源

优越的自然条件、丰富的物产以及悠久的历史使得樟树拥有众多的旅游商品资源（见表 9-4）。

表 9-4 樟树市潜在旅游商品资源

| 类 型          | 商 品 名 称                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 工 艺 美 术<br>品 | 长毛绒玩具、清江剪纸、樟树版画、药盘、药刀                                                                                                                                                                                                      |
| 土特产产         | 樟树板鸭、樟树双竹粘、刘公庙挂面、望津楼牌小磨香油、樟树红方豆腐乳、樟树豆瓣酱、双金牌香油鲜辣酱、双金牌精练花生油、双金牌葡萄糖系列产品（口服葡萄糖、多维葡萄糖、果葡糖浆）、樟树天然酱油、井冈牌精制保健盐、洋湖熟泡银丝粉、高品楼牌樟树春丝面系列产品、猴子包面等。                                                                                        |
| 地产酒茶         | 四特酒系列产品、江南老窖、樟树贡酒、健酒、大发特曲、大发糯米甜酿、黄土冈冬酒、腾龙酒、昌傅茶、石城庵云雾茶。                                                                                                                                                                     |
| 黑 色 保 健<br>品 | 樟树地产中药材（主要有商州枳壳、黄栀子、车前子、陈皮、吴茱萸、元胡、葛根、麦冬、杜仲等）；<br>中医保健药品（大活络胶囊、通窍鼻炎胶囊、六灵含片、乐喜清、美罗克、健脑安神片、复方鲜竹沥液、儿宝颗粒、参茸黑锡丸、大活络丸、养血当归精、六味地黄丸、肾宝糖浆、乌鸡白凤丸、清火栀麦片、逍遥颗粒、肾石通冲剂、安宫牛黄丸、复方虫草精、妇泰欣、史国公药酒、板兰根颗粒、蛇胆川贝胶囊、石斛夜光丸等共 10 个剂型 180 多个品种）；花生、芝麻等。 |
| 绿 色 保 健<br>品 | 樟树红橘、蜂蜜、蜂王浆、蜜蜂花粉、空心保健竹凉席、                                                                                                                                                                                                  |

### （二）旅游商品开发现状与问题

通过对樟树市实地调查和樟树有关资料的分析，樟树市旅游商品开发尚处在起步阶段，旅游商品的开发和产销存在不少问题，主要表现在如下几个方面。

#### 1、缺乏开发资金，缺乏经验，开发力度小

地方经济实力较弱，近期不可能拿出较多的资金来支持旅游商品的发展。樟树市政府现有旅游管理部门工作头绪多，人手少，经费缺，难以充分发挥对旅游商品的开发及产销进行宏观指导，促其快速健康发展的职能。另外，樟树市也缺少对旅游业自身（包括对旅游商品的开发产销）内部运作进行协调和规范约束的民间行业管理协会等组织。

#### 2、缺少完善的旅游商品开发、生产和销售网络体系

樟树土地类型多样，古文化、药文化、道教文化和酒文化集于一体，旅游资源丰富且有特色。同时，农副产品也很丰富，并有一定数量的名特产品。这些都为旅游商品的开发提供了良好的资源条件和开发主题，为旅游商品产销提供了可供选择的生产条件和众多的销售地

点。然而从实地调查的情况来看,旅游商品品种数量都很少,质量也不高,且缺乏特色。现有许多产品未能与旅游市场的特点和需求相结合,也不是以旅游者作为主要销售渠道,对旅游者缺乏吸引力。以樟树最负盛名的閤皂山景区为例,所见旅游商品仅六种,而且质量不高,缺乏特色。为期4—6天的药交会历时43年32届,参加人数最高时曾达到3万余人,参展单位400多家,成交金额达13亿元人民币,但近几年规模迅速萎缩(见图8—1),并且本市参展的产品所占的比例也不大,成交额不理想,反映出药交会主要的交易功能在减弱,樟树药交会地位在下降。这当中虽然原因诸多,但樟树市中医药企业名牌产品和试销对路的产品不多,企业在中医药产品开发、生产、营销上的传统优势逐渐丧失是一个重要原因。总之,樟树市目前的旅游商品发展状况距现代旅游业要求的旅游商品在开发、生产和销售上有分工、有计划、有规模、高效益、多层次网络化的要求尚有很大距离。

### **(三) 缺乏一支专业的旅游商品开发、生产、营销和管理人员队伍。**

目前,旅游商品的开发、产销人员具有分散、临时的特点,并且数量和质量都有待提高,远远不能满足樟树市旅游业发展的需要。

### **(四) 旅游商品结构不合理, 品种少, 质量不高, 缺乏特色**

造成这种状况的原因在于缺乏现代科学的旅游商品开发和产销理念,商品的开发没有以市场需求相结合,缺少龙头产品、名牌产品,商品生产上因地制宜不够,销售品种亦未做到因地选销、因时选销。

### **(三) 旅游商品的开发与规划**

#### **1、药文化、道教文化主题的旅游商品开发**

樟树药都历史悠久,閤皂山为道教灵宝教派的祖庭,道教的圣地,发端于东汉时期,道文化、药文化沉淀深厚,无论在精神文化、制度文化还是物质文化层面上内容都较为丰富,为药文化、道教文化旅游商品开发提供了潜在的资源基础。

#### **1) 旅游纪念品类**

旅游纪念品通常是游客乐意购买,对游客影响也较为长久的一类旅游商品,市场需求量大,开发前景广阔。其开发应突出地方特色、品类特点、内容和形式的结合以及形式上的创新,注重满足不同层次、不同支付能力游客的需求。

这类纪念品布局对景区、景点选择性不强,只要与药文化和道教文化有关均可。

**书画纪念品:**介绍樟树药源、药史、药市、药帮、药艺、药酒、药茶、药材种植、药材加工、药方配置、民间秘方、偏方、特效方、治病奇术、医药名家及其承传文字、传记、名方来历、趣谈、药膳、中医药养生保健知识等药文化系列的书籍。介绍道教文化起源、历史、道规教义、教仪、道教文化载体、道教养生理念等的道教文化系列书籍。反映樟树药文化、道教文化历程或片段的画卷、画册、摄影作品、药用物图谱、名家字画。

**印景类文化纪念品:**药文化、道教文化纪念品系列,这类纪念品是根据各景点开发设计的,其在布局上对景点的选择性较强。

**音像制品:**融知识性、纪念性为一体的录音带、录象带、光盘、名信片、书签、邮票等,内容可包括中草药种植和加工、药膳做法、常见中医中药、养生保健术以及道教的有关知识等。

上述纪念品可以加盖或刻上专门设计有“中华药都”、“道教圣地”、“灵宝教派祖庭”的印章或文字,以增加商品的纪念性和收藏价值,促进商品的销售。

**纪念物:**利用各景点标志性建筑或景物的图案制作大小、形状、颜色、质地、辅助功能和价格等各方面多样化的药文化、道教文化旅游纪念品,如:纽扣、药刀、药盘、装饰物、纪念章、文化用品、文化衫、香囊、提包等。这类商品开发成功的关键在于应景和对游客在特定景点上购物心理的准确把握,以及根据市场需求变化所进行的随时调整和推陈出新。

#### **2) 旅游保健品大类**

樟树自然条件优越，适生中草药品种繁多，加上上溯千年的道家在阁皂山采药、种药、行医炼丹、药物养生修身对当地影响深远，民众笃信中药，中草药种植加工历史久远，为国内有名的中药材生产加工基地和著名的中药材交易地。樟树中药材品种繁多，药材炮制加工技艺精湛、名播四方，中草药深加工为各类中成药已有上百年的历史，素有“药不到樟树不齐，药不过樟树不灵”的美誉，在国外特别是在东亚、东南亚地区以及华裔世界有相当的影响。但从旅游角度来看，中医中药产品与旅游整合不够，作为中草药旅游商品的开发应更注重其保健功能的开发，在商品外观设计上，应考虑到购买对象的心理反应。

#### （1）地产精制中药材系列

樟树适生药用植物种类数以千计，药材加工炮制技术一流，地产精制中药材旅游商品的开发应与樟树镇药文化旅游区药材商务大市场、药都公园、中药博览园等项目建设相结合，大力引种、培植适生中草药品种苗木，扩大生产规模，扩充地产精制中药材的品种和数量，努力使樟树成为全国中草药苗木和中草药材商务旅游之首选，乃至亚洲及世界国药商务旅游的热点之一。

#### （2）药用保健品系列

针对不同游客需求群体开发不同的药用保健商品。

**中老年强身健体类：**针对中老年常见疾病重点开发预防高血压、脑血栓、中风、糖尿病、心血管疾病、骨质增生、骨质疏松、更年期综合症等药用保健品。

**女性减肥、美容、美肤、养颜小类：**针对女性青春美颜的旺盛市场需求，重点开发瘦身、减肥系列、美容美肤系列、养颜系列的药用保健品。

**青少年助长益智类：**增高助长、提高智力一直是广大青少年的梦想和家长的殷切愿望，市场需求量大，前景广阔，可大力开发助长增高系列、益智系列的药用保健品。

上述三种系列旅游商品在使用和表现形式上可多样化，即可以内服形式给药，也可以搽、涂、喷、贴或以药背心、药腰带、药袜等体外形式给药。

#### （3）药膳药饮品系列

樟树民间药膳及药饮品早就有之，药膳制作可利用樟帮中药材饮片独特加工炮制技术和已有药膳配方，精制成袋装或盒装的配制品。并研制功能明确，口感好的药茶系列商品。

#### （4）药浴组合配方系列

针对游客在旅游期间体力消耗大，切盼高质量睡眠以及各理疗保健需要，利用樟树中草药集散地的类型齐全优势，研制开发功能明确、试销对路的各类药浴组合配方商品，如催眠类、理疗类、护肤类等。包装上以方便实用为原则，可袋装或盒装。

### 3）药文化和道教文化工艺美术品大类

立足樟树本地丰富的竹木资源、卵石资源适当选用省内其他地市的原材料和技术开发制作多角度、多层面展示樟树药文化和道教文化的工艺品和美术品，如：泥塑、铜铸、瓷烧、木雕、竹雕、根雕等手法制成的装饰性工艺美术品和竹木制碗筷、手杖、梳子、拖鞋、遮阳帽、保健按摩器、手编保健凉席等实用性工艺品。

### 2、酒文化旅游主题商品开发

樟树市酒文化源自上古，民国四特酒出现以后逐渐形成了以四特酒为代表的具有地方特点的酒文化，可以现有的名牌酒类为龙头，市场需求为导向，深挖酒文化的旅游商品价值，注意酒文化与药文化的整合，贯穿现代绿色、生态、环保、养生保健的消费理念，开发酒文化旅游商品系列。

利用四特集团雄厚的基础，开发酒文化系列商品，同时又和医药相结合，开发新产品。

#### （1）纪念品和工艺美术品系列

**酒文化纪念品：**介绍樟树和我国酒源、酒史、酒艺、酒具、酒令、咏酒诗词和酒业名人等书籍类、字画类、明信片 and 邮票类、音像制品类等商品；以纪念和实用功能兼收的各种

实用性纪念品类，如：领带、打火机、钥匙扣、开瓶器、烟斗、钱包、装饰品等等。

酒文化工艺美术品：包括从多角度和多层面展示樟树造酒历史、酿酒饮酒名家、酒器具等酒文化内容的剪纸、版画、彩绘、竹雕、木雕、根雕、石雕、石刻、泥塑、铜铸、瓷烧等类的工艺美术品。

## （2）酒类商品系列

利用樟树市优质大米资源丰富，四特酒等白酒精湛的酿造技术，融入现代高科技手段，大力发掘现有酒类产品和相关产品名牌的旅游商品价值，在酒与药、酒与古文化的整合上大做文章，把握时代消费潮流，根据旅游客源市场变化，开发出适销对路的商品。

“四特”酒类商品（一般酒类旅游商品）：充分利用“四特”名牌的价值，以现有非药酒类四特酒系列的产品为基础，打“四特”牌，进一步开发出酒精浓度、酒液份量、装酒容器风格、外包装特点以及价格多样化可满足游客多种需要的系列旅游商品，具体来说，酒精度数可为52度、50度、46度、45度、42度、38度、30度、22度等，酒液份量可以有500g、250g、100g、50g等装，装酒容器风格可以有珍藏型、古典型、时尚型、梦幻型、情侣型、实用型和方便型等，外包装应有普通、精装和豪华等类型，在设计上注重文化含量和地方特色，价格也应分出不同层次。

药酒类商品：药酒是药与酒的完美结合，在防病、治病、滋补、强身健体等方面的作用为世人所公认，特别在我国、日本、韩国及华裔世界有广泛的市场。可利用樟树丰富的中药材和药文化资源与酒整合，打“中华药都”牌，开发出适宜各个年龄段、不同消费层次和不同性别游客需要的商品，商品的功能与主治应明确，效果确切，包装和外观设计有针对性，符合各国、各地区、各民族及群体审美情趣和宗教信仰的饮用方便的系列商品。同时，对现有的史国公酒、四特春酒、五家皮酒、虎骨酒（用功效相同的其他非保护性兽类骨替代）、木瓜酒、参茸酒、沉香酒、五积散酒、延龄固本酒、周公百岁酒、舒筋活络酒和绞股兰酒等药酒类产品进行旅游化商品开发，使其适应于旅游市场的需要。

## 3. 对本地产品的旅游商品开发

樟树市本地产品种类较多，数量较大，不少产品在省内外都有或曾有过良好的销售业绩和一定的知名度，可根据旅游市场的需求，进行部分产品的二次开发，开发出对旅游者有吸引力的商品。

### 1) 食品类产品的旅游商品开发

#### 风味食品和佐料系列

把现在具有一定知名度的产品，如樟树板鸭、樟树双竹粘、刘公庙挂面、望津楼牌小磨香油、樟树红方豆腐乳、樟树豆瓣酱、天然酱油、双金牌香油鲜辣酱、双金牌花生蛋白酱、双金牌精练花生油、双金牌葡萄糖系列产品（口服葡萄糖、多维葡萄糖、果葡糖浆）、樟树天然酱油、井冈牌精制保健盐、中州花生蛋白糊、洋湖熟泡银丝粉、高品楼牌樟树春丝面系列产品、猴子包面等产品进行旅游商品的二次开发，在大力提高产品内在品质的基础上，再在产品的分量规格、外包装和价格的多样化、增加文化内涵等方面下大力开发，注意对品牌的培植和宣传。

#### 蜂蜜产品系列

除对现有的产品蜂蜜、蜂王浆、蜂花粉等进行份量和包装上的改进外，还要充分利用樟树药的优势着力在蜜与药的结合上下工夫，开发出针对各种适应症的保健系列商品，满足各种游客的需要。

#### 果品系列

樟树红橘以其色艳、皮薄、汁多、味甜、核少名传四方，历代列为贡品，橘树种植历史长，种植面积大，产量高，除可将鲜果经现代保鲜技术处理进行旅游型包装后，直接销往游客外，还可将其加工成更为适宜旅游消费的干鲜果类、鲜果汁类和其他类的饮料以及罐头制

品类。

### **酒系列**

除四特酒系列产品以外,可供开发为旅游商品的非药酒类产品有:江南老窖、樟树贡酒、威士特酒、藏经酒、来畅酒、健酒、大发特曲、大发糯米甜酿、黄土冈冬酒、閤皂山绞股蓝酒、腾龙酒。

### **茶系列**

樟树本地产茶主要有两种:一种是石城庵云雾茶,另一种是普通茶。前者分布面积小,总产量低,但品质优;后者分布面积大,总产量多。在旅游商品开发策略上,对前者应采用打“药都极品茶”优质优价的开发策略,对后者要采取茶与药的结合,开发出符合现代消费潮流的降压茶、减肥茶等养生保健系列商品茶的策略,以提高商品的吸引力和销售价格。另外,应根据石城庵云雾茶适生的生境和处境特点,选择适合其生长的土地地段,扩大种植面积,提高产量,以适应旅游商品生产的需要。

### **2) 工艺美术品的开发**

樟树市本地产有一定知名度的工艺美术品主要有樟树版画、工艺剪纸等。

**樟树版画:**樟树版画历史悠久,作品艺术风格清新隽永,乡土气息浓郁,其内容题材丰富,表现技法独特,在国内版画界有相当的知名度。可作为樟树市向外界强力推出的拳头旅游商品。

**工艺剪纸:**以清江中学为代表的樟树工艺剪纸,其作品具有构图丰满、线条秀丽纤细、内容贴近生活、表现手法细腻、富有青春活力和乡土气息浓郁的特点,在省级评比中获奖 20 多次,享誉省内外,是很好的旅游商品。

**长毛绒玩具:**产自樟树市的乡镇企业,20 世纪 90 年代曾打入国际市场,因此也可扶植开发成为旅游商品。

### **4、一般旅游常用品的开发**

除前四个主题旅游商品开发外,还可以根据旅游景区景点的旅游产品和其不同地段的气候特点、旅游线路长短、停行安排进行旨在促进旅客愉快完成旅游而进行的下列旅游商品开发:

#### **1) 旅游食品**

包括净水、矿泉水、饮料系列、方便食品和快餐食品系列、糖果点心系列等。

#### **2) 旅游用品**

包括游览用品系列(如樟树市地图、交通工具、时刻表、旅游线路图、导游图、旅游指南和旅行手册)、相机、录像机、电池、胶卷系列等。

#### **3) 携带用品**

如食品袋、手提包、水果刀、旅游闹钟、雨伞、扇子、手杖等。

#### **4) 服装鞋帽**

包括风衣、雨衣、旅行鞋、太阳帽、太阳镜等。

#### **5) 旅居用品**

包括洗漱用品系列、化妆护肤用品系列。

在开发上述旅游商品时应注意方便实用,与纪念性相结合,在旅游商品上印上“药都旅游纪念”、“吴城文化遗址旅游纪念”、“樟树酒文化旅游纪念”、“樟树道教文化旅游纪念”和“筑卫城新石器文化遗址旅游纪念”和“閤皂山旅游纪念”等字样,以便旅客乐意接受。

### **(四) 旅游商品的销售**

根据樟树市药文化、道教文化、酒文化、古文化主题旅游的线路,各景区景点旅游资源特点以及游客购物心理的分析成果,构筑一个以批发市场、销售大市场、购物一条街、销售中心、销售点、销售亭组成的层次合理的销售网络体系,商品销售在布局上必须尽量靠近或

位于景区景点、距景区景点相对靠近的车站或码头以及宾馆饭店等游客住处。具体说，可以在市域的不同地点布局类型各异的销售综合体：

### 1、综合性旅游商品批发市场

可以布局在樟树市区远离闹市的位置，旨在为市域内各景区景点服务。

### 2、综合性旅游商品销售市场

直接面对各类普通游客，可以在城市规划的总体框架下考虑布局在樟树市商业区和药都广场的适当地段。

### 3、专题特色突出的销售市场、购物街、专卖店、销售点

根据专题特点布局在与之相应的旅游线路景区景点上，如：中药材商品系列、药用保健品系列、药文化纪念品系列、药膳系列则可以布局在药都商务市场、三皇宫、药王庙等适宜地点；与酒文化旅游相关的商品市场购物角、专卖店等则可以布局在以四特酒集团规划建设酒文化广场及附近地段；有关道教文化旅游商品的销售点则应重点布局在阁皂山景区；保健食品系列、风味食品及作料系列的销售应主要放在临江镇；围绕吴城文化遗址、筑卫城新石器遗址而开发的旅游商品销售应重点放在吴城文化景区和筑卫城景区。

## 八、药都保健建设保障

为全面改变樟树市旅游业落后状态，要敢于开拓进取，利用后发优势，实施“跨越式”发展战略，实现“跳跃式”发展。为此，要在以下几方面下硬功夫。

### （一）实施政府主导型发展战略

樟树市发展旅游业的资源、市场、区位、交通条件虽然较优，但起步迟，产业开始初创，必须突出实施政府主导型战略。所谓政府主导，并非政府承揽全包，而是加强领导，提升认识，纵横协调，统一规划，制定法规，强化监督，做好服务。

加强领导。指旅游业发展必须纳入全市国民经济与社会发展计划。授予市旅游发展委员会更大的权力，全面推动旅游业发展；加强市旅游局的主管职能，重点旅游乡镇应有专职的管理干部。

提升认识。市政府应组织各部门、各乡镇主要领导，认真学习与贯彻邓小平旅游经济思想，把旅游业作为樟树市实施中部崛起战略的重大举措，发展旅游业调整国民经济结构中的重要一环，从而把药都旅游培育成前后关联度大、富有特色而竞争力强的产业。

纵横协调。旅游业涉及领域广，纵横交错，而自身实力弱，需要政府出面，加强部门和区域间协调，相互支持，一同发展。

统一规划。除了编制全市的旅游总体规划外，还应重点对重点旅游区、重点旅游项目制定详细规划，在实施规划进程中必须涉及众多部门，因此，要使规划通过科学论证报人大常委会批准具有权威性。

制定法规。根据国家、省和地市旅游部门制定有关条例、规定，樟树市亦应根据自身的市情，出台相应的管理条例，实施办法，作为行动的准则。

强化监督与做好服务。政府职责之一是监督旅游发展战略的实施和项目的落实，并为此做好全程服务，确保新兴产业的健康成长，使全市国民经济发展登上新台阶。

### （二）实施旅游业双跨越式战略

樟树市旅游业刚刚起步，基础很差，各种经济指标非常落后，因此，其发展不能用常规模式，而必须实施双跨越式发展战略。即跨越全市国民经济发展速度，跨越全省和宜春市旅游业发展速度，增大樟树市旅游业对全市国民经济的贡献，对宜春市和全省旅游业发展的贡献，逐步培育成全省旅游目的地的新热点。

### （三）实施旅游发展多元化融资战略

把一个名不见经传、毫无地位的旅游初始部门培育成支柱产业，进而成为龙头产业，需要精致策划、科学论证一批精品项目，组合为旅游生产力集成优势，并营销推向市场产生巨

大的综合效应。旅游生产力的建造需要大量投资和相应的建设周期，核心问题是融资战略和融资政策。只有大开放、宽政策，方能多元融资加快发展。

多元融资包括国家、省市、地方、部门、集体、企业、个人、中资与外资同引进，以加快旅游资源开发步骤。

要引进资金，特别是国内外著名医药企业，就需要制定相应的宽松政策，让投资者有利可图，争相进入，并获得相应的政策扶持。

融资渠道，包括政府投资（基础设施与环境保护投资等）、资本市场融资（旅游产业发展基金、引进国际金融资本、组建上市集团或发行旅游发展债券等）、市场直接投资与投资担保等。

#### **（四）实施科技兴旅战略**

科技是第一生产力，对旅游业而论，同属此理。樟树是以发展中药为核心的特种旅游，更需要依托科学技术发展旅游。

科技兴旅是首选优化中医产业，提升其科技含量，使之富有市场竞争力。

科技兴旅对旅游业本身而言，即在起步阶段建立在高起点、高标准基础之上，以便为实施双跨越提供强力支撑。利用旅游业始发的新鲜感，建立现代化旅游信息平台，从而一改传统发展模式，运用后发优势，使樟树旅游融入现代化信息社会。因此，数据库系统、网络平台、旅游公众、商务平台、信息体查询、检索、预订以及市场营销多功能集成一体。旅游信息的现代化应和中医药信息现代化融为一体，使医药与旅游紧密化，携手推向世界，同时，又可节约投资。

科技兴旅还应以生态学理念全程装备樟树旅游的六大要素的各种设施，使旅游的现代化与自然化有效融合，给游人以全新的感受而能强力市场辐射。

#### **（五）三大文明建设同举同兴**

发展旅游业是以改善人居大环境为前提，抓好全市主体部分的“药化、绿化、美化、亮化、洁化”，是物质文明建设和精神文明建设的共同产物。规划期内必须始终如一坚持抓。但仅仅如此，只是对绝大部份市民和游客的自觉约束，还必须把法制文明建设提到议事日程，使物质文明建设、精神文明建设和法制文明建设同举同兴，在全省率先步入全新的现代化社会。

在环境建设中，除了山丘绿化、农田梯化及减少沙土流失外，还应抓好水环境的整治，特别是樟树镇、临江镇的滨江段和湖库区保护，使水质保持二级。大气环境整治则结合城市改造，居民燃料结构调整，减少烟尘污染。对污染的工厂要限期整治达标，或迁出城区。由于樟树交通通道多，噪音污染不可忽视，特别是过境大型载重汽车的高音喇叭在市区乱鸣必须坚决制止。工业噪音和建筑施工噪音亦应防治。目前突出的固体废弃物垃圾问题也要限期整治。对市区和旅游区要加强公共厕所的建设，使外观、色彩和内部保洁协调，达到文明如厕。

生态保护要体现在自然生态和文化生态的双重保护，通过提示科学技术含量综合整治而达到目标。

开展市民文明教育，提示发展旅游与提高自身生活质量目标一致的认识，从而使全市市民有良好的好客度和文明度。

法制建设是我国的薄弱环节，法制是用法律形式规范人类的行为。例如南昌市在大抓城市绿化、美化、亮化建设方面做了很大努力，取得公众的广泛支持，但法制文明建设没有跟上，新的景观被极少数非法之徒破坏，花木被折，装饰灯具被砸，雕塑乱刻乱涂、电话投币孔被阻塞……，因此，必须以法制文明去规范。

#### **（六）应对入世实施大开放**

中国已经加入 WTO，而中医药又是中国的优势，应当加大开放度，全面与国际通则接

轨，使中医药全面融入世界大系统。为此，必须加大开放力度，实施法制化、规范化、国际化，在项目招商融资，创办合资旅行社，对外宣传促销等方面，均应使投资者、合作者有利可图，感受到前景广阔，所以必须培育优良的投资环境和营销环境。