



全国高等院校旅游专业规划教材

Lüyou Guihuaxue

旅游 规划学

周作明 卢玉平 / 编著



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业规划教材

旅游规划学

编 著 周作明
卢玉平

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:魏志国 陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划学/周作明,卢玉平编著. —北京:旅游教育出版社,2008.7
(全国高等院校旅游专业规划教材)

ISBN 978-7-5637-1649-4

I. 旅… II. ①周…②卢… III. 旅游经济—经济规划—高等学校—教材 IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 048019 号

全国高等院校旅游专业规划教材

旅游规划学

周作明 卢玉平 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx @ 163. com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	河北省三河市灵山红旗印刷厂
装订单位	河北省三河市东兴装订厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	20. 25
字 数	328 千字
版 次	2008 年 6 月第 1 版
印 次	2008 年 6 月第 1 次印刷
印 数	1—5000 册
定 价	30. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

国家旅游局人事劳动教育司 国家旅游局培训中心 编

为适应旅游业的发展要求,满足旅游高等教育的需要,我们根据高等院校旅游专业的课程设置、教学目标,在国家旅游局人事劳动教育司的主持下,集合国内旅游高等院校的众多专家学者,自20世纪90年代起,先后出版了系列旅游高等院校教材。该套教材出版以来,得到了广大院校师生和业界的普遍好评,至今仍是众多院校的首选教材,一版再版。迄今为止,该套教材不仅为众多院校广泛使用,而且是规模最大、品种最多的一套高等院校旅游专业教材。

但是我们深知,教材出版本身是一个不断完善的动态过程,需要产业的推动、研究的深化、时间的积淀,更需要广大师生的参与。本着这一目的,根据21世纪旅游业的发展要求与广大师生的殷切希望,我们根据教育部与国家旅游局对旅游学科的规划与行业要求,对本套教材进行了必要的增补与修订,以确保该系列教材的科学性、权威性。

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。可以说,本版教材更加贴近了我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设计和教学目标设计安排教材内容,使高等教育教材的先进性与研究性得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,从框架的确定,内容的取舍乃至思考复习题的设计、注释引文的处理,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在教学研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。不少作者都有相关领域的专著成果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们始终得到广大旅游院校师生的关心与帮助,在新世纪,我们更期待着大家一如既往的呵护。我们希望将我们的教材建设成为一个开放式的园地,能始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展的动态。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念、新观点、新教学方式——我们定会“从善如流”,不断调整完善现有教材,不断吸纳新的作者、新的观点。

旅游教育出版社

资料来源:根据《中国统计年鉴》(2006)整理。

第五章 都市旅游与乡村旅游规划	(101)
第一节 都市旅游规划	(101)
第二节 历史城镇旅游规划	(116)
第三节 乡村旅游规划	(126)
第四节 旅游节庆规划	(138)
思考题	(143)
第六章 城市公园旅游规划	(144)
第一节 城市公园概论	(144)
第二节 主题公园旅游规划	(148)
第三节 文化休闲公园与儿童公园旅游规划	(162)
第四节 盆景园规划	(166)
第五节 植物园旅游规划	(169)
第六节 动物园旅游规划	(175)
第七节 纪念性公园旅游规划	(179)
第八节 城市湿地公园旅游规划	(181)
第九节 综合性公园旅游规划	(186)
思考题	(189)
第七章 自然保护区与森林公园旅游规划	(190)
第一节 自然保护区旅游规划	(190)
第二节 森林公园旅游规划	(195)
思考题	(205)
第八章 旅游支持保障体系规划	(206)
第一节 旅游安全规划	(206)
第二节 旅游线路组织规划	(213)
第三节 旅游土地利用规划	(219)
第四节 旅游交通规划	(221)
第五节 旅游服务设施规划	(230)
第六节 旅游基础工程规划	(233)
思考题	(234)
第九章 旅游形象策划	(235)
第一节 旅游形象策划理论	(235)
第二节 旅游形象策划	(240)
第三节 旅游地形象主题口号设计	(256)
第四节 旅游地形象传播策划	(257)
思考题	(262)

第十章 旅游项目策划与旅游产品规划	(263)
第一节 旅游项目策划	(263)
第二节 旅游产品规划	(276)
思考题	(284)
第十一章 旅游环境保护规划	(285)
第一节 旅游环境	(285)
第二节 旅游容量规划	(294)
第三节 旅游环境保护规划	(303)
思考题	(309)
参考文献	(310)
后记	(315)

第一章

第一章 旅游规划概述

旅游规划概述

第一节 旅游规划概念、内容与目的

一、旅游规划概念

旅游业是一项新兴的产业,旅游规划是一个年轻的学科。就“旅游规划”的学科概念锤炼而言,至今国内外学术界尚无统一定义。有的定义为“预测与调节系统内的变化,以促进有序的开发,从而扩大开发过程的社会经济与环境效益”^①;有的定义为“在调查、评价的基础上,寻求旅游业对人类福利和环境质量的最优贡献的过程”^②;有的定义为“是经过一系列选择,决定合适的未来行动的过程”^③;有的定义为“旅游规划是一种经济技术,即运用适当的经济、技术资源,特别是智力资源,使旅游资源产生经济效益、社会效益和生态效益的过程”^④……凡此种种,各家“旅游规划”定义都有所偏重。旅游规划是旅游产业的规划,以保护旅游资源、保护旅游环境、实现旅游资源的持续利用和旅游业可持续发展为宗旨。以旅游产业可持续发展的长远战略而论,我们可以将“旅游规划”如是定义,即:“旅游规划是人们为了实现旅游业高效率发展目标而对旅游资源与相关社会资源进行最优配置,并对旅游产业系统进行架构筹划的过程,以求在整个旅游市场体系中实现主体利益最大化和持续发展的目的。”

“旅游资源与相关社会资源最优配置”是指将旅游资源的自然旅游资源与社会文化旅游资源、社会资源的公共投资、技术与人力资源、信息与宣传设施、服务设施、基础设施等旅游产业要素进行统筹,选择最优配置方案,以实现旅游业高效率

① 墨菲(Murphy),1985.

② 盖茨(Getz),1987.

③ 冈恩(Gunn),1992.

④ 赵黎明,黄安民. 旅游规划教程. 北京:科学出版社,2005:8.

发展目标。

“旅游产业系统”是指由围绕旅游六要素需要形成的旅游景区、旅游住宿、旅游饮食、旅游交通、旅游商品等旅游产业系统结构。一个地区只有旅游产业系统中的各个部分和各个环节有了一个合理结构,发展的基本趋势、基本模式、基本内容框架及战略重点得到科学控制,使之获得均衡发展,才会形成较强的旅游生产力,才能在市场上有竞争力,才能托起新兴的“朝阳产业”。

二、旅游规划内容

旅游规划所涉及的学科领域十分广泛,有旅游学、经济学、管理学、生态学、地理学、风景园林学、城市规划学、建筑学、市场营销学、广告学、心理学、社会学、民俗学、历史学、考古学、艺术学、未来学、统计学、系统学、工程学、环境学等。各学科或学科群的发展,都不断对旅游规划提供理论、技术的支持和内容要求。

旅游规划是对旅游经济产业系统未来发展的谋划。旅游规划的内容包括旅游经济产业系统及与其发展有关的所有方面。

旅游规划的旅游经济产业系统内容一般包括:第一,旅游资源评价与利用,选择符合旅游产业发展目标与市场需求的旅游产品与项目;第二,旅游功能区划分与空间布局;第三,旅游服务设施规划;第四,旅游道路、交通、通信与旅游线路组织等支持保障体系规划;第五,旅游形象设计与市场营销规划;第六,旅游容量测评与旅游流调节规划;第七,旅游人力资源规划;第八,旅游投资战略与模式选择评价。

旅游规划的空间尺度不同,规划内容会有所不同。我们可以按照大空间尺度规划、中空间尺度规划、小空间尺度规划三种空间尺度认识旅游规划内容。大空间尺度规划为国家、省、市的旅游规划,强调将环境与经济作为并列的规划目标,规划的核心是通过以地理信息系统为技术工具的区域评价过程,从整个区域中识别最有旅游潜力的地区,并制定有关旅游交通运输、旅游市场营销维护与管理、组织间合作及旅游环境和社会方面的政策,以及投资与资金筹措、产业政策、竞争战略等。中空间尺度规划为旅游目的地规划、城市及其周围地区的旅游规划,主要是土地利用的实体规划,重点是旅游资源吸引区及其周边社区和可达性交通的规划。小空间尺度规划为景区或景点旅游规划,强调以地方特色为原则,是对于一个具体景观区域和景点的规划。

旅游规划所涉及的旅游经济产业系统外的相关方面有:第一,社区居民的经济和社会利益;第二,旅游区土地利用与调整;第三,环境保护与生态保护;第四,文化保护与社会发展;第五,安全防灾;第六,城市基础设施安排;等等。

三、旅游规划目的

旅游规划是国土规划、城市规划和社会经济发展规划的组成部分,需要符合国

土规划、城市规划要旨与风景园林规划设计整合,融入社会经济发展规划之中,总结实践经验的结论和教训的启示,实施旅游可持续发展战略,提高旅游经济在社会经济体系中的贡献率。

总的来说,旅游规划的目的主要体现在经济、社会、环境三个方面,或者说,体现在尽量满足旅游者、旅游商、社区、政府所追求的利益方面。具体来讲,旅游规划的目的主要体现在以下几个方面:

第一,科学地确定旅游发展的战略,选择体现地方旅游资源特色、具有旅游吸引力的旅游产品、旅游项目,促进旅游业的发展。

第二,通过旅游规划,提高旅游业所带来的经济效益,改善旅游地人们的生活水平。

第三,通过旅游规划,提供良好的旅游服务基础设施及娱乐设施,创造良好的旅游环境,使旅游者获得满意的旅游体验。

第四,确保旅游发展符合社区意愿,与当地居民的文化、社会及经济追求相一致,使旅游资源与生态环境得到有效保护。

第二节 旅游规划分类、特点与要求

一、旅游规划分类

旅游规划的类型及结构,是旅游规划研究的重要课题。目前,国内外具有代表性的旅游规划分类主要有以下三种:第一,因斯基普分类(E. Inskeep, 1991),分为国际旅游规划、国内旅游规划、区域旅游规划、度假区旅游规划;第二,冈恩分类(C. A. Gunn, 1979, 1988, 1994),分为区域规划、目的地规划、场址规划;第三,我国《旅游规划通则》(2003)分类,分为旅游发展规划和旅游区规划。旅游区规划按规划层次分总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划等。我国学者也有的分为旅游业发展规划和旅游建设规划。

随着旅游规划实践的深入,近年有的学者提出和进行旅游概念性规划。旅游概念性规划,又称“概念性旅游规划”或“概念性旅游发展规划”,既是旅游规划中的一个新类别,又是在编制技术上的一种新做法。

概念性旅游规划或概念性旅游发展规划,对新开发的旅游目的地、对基础资料有欠完整的旅游开发地、对有关开发思想尚未取得共识的旅游开发地、对影响和制约因素中变量较多或相互配合关系尚不十分明确的旅游开发地以及对于需要除旧布新的原旅游目的地等,都有着特殊的难以取代的意义和价值。

概念性旅游规划或概念性旅游发展规划,与实操性旅游规划和控制性规划不同,也与概念性建筑设计和概念性土地利用规划不同,它比前两者更具概念性的抽

象,它比后两者所规划的范围更加广阔;规划理念和总体构想更有充分的前瞻性、超前性,理论基础和规划手段更需科学完整性、系统性,允许中心概念对当前现实留有距离间隔度,规划本身对实施细节的非约束性,布局安排对土地环境允许存有可变适应度,规划本身对时段限定的模糊性。

二、旅游规划特点

旅游规划具有系统性、层次性、整合性、地域性、预见性、可操作性、政策性七大特点。

(一) 系统性

旅游是一个复杂的要素系统,包括许多子系统,如旅游资源系统、旅游设施系统、客源系统、旅游服务系统、旅游环境系统、旅游保障系统等,这些子系统下面又有很多低一级的子系统。因此,旅游规划内容必须具有系统性,才能处理和协调好旅游这个复杂的系统。旅游产业构成是由多要素组成的复杂的物质体系,在规划时,要对旅行、游览、住宿、餐饮、娱乐、购物等各消费要素进行系统性安排,搞好各要素间的综合,因此旅游规划的方法也需要具有系统性。

(二) 层次性

旅游规划可以分为多个层次,具有层次性。某一特定地域的旅游规划,上有一个高一级层次的旅游规划,下有若干个低一级层次的旅游规划。大旅游规划为国家规划、省区规划,中旅游规划为市县域规划,小旅游规划是旅游目的地和具体旅游项目规划。旅游规划的层次性要求低层次的规划服从高层次的规划,高层次规划指导低层次规划。尽管旅游规划所针对具体地域范围不同,但各层次旅游规划是相互联系、相互转化的。

(三) 整合性

通过旅游规划可以促成和整合交通运输、城建、文化、园林、农、林、环保、水利、工商、公安、司法、海关、边境等众多部门,围绕旅游而协调为一体,形成整体关系。旅游规划需要将各类规划师、各类专业人员的各种科学知识予以整合,促进各学科围绕旅游规划从分立研究走向联合实践。中国介入旅游产业人才培养和学科研究的高等院校就达 192 所^①,分属理科、工科、农科、文科、管理科,迅速提高知识在旅游经济中的含量,建构了多学科、多技术的旅游规划结构。

(四) 地域性

旅游规划是具体针对一定空间范围内的旅游活动的规划。旅游资源是旅游产品的重要组成成分,旅游设施的布局和旅游服务的提供都是围绕旅游资源进行的。由于旅游资源是一定地域范围内的资源,具有很强的地域性,因此,旅游资源是旅

^① 据国家旅游局 1998 年统计。

游规划的重要物质基础和依据,使旅游规划具有很强的地域性。不仅旅游规划的编制是针对某一地域范围,而且旅游规划的实施也不可避免地落在一定地域范围内。规划地域范围的大小就规定了旅游规划的大小。按照实用性原则,旅游规划的地域范围一般以行政区划范围大小确定,只有在跨几个行政区划地域的风景区旅游规划,旅游规划的地域范围才打破某一行政区划范围,形成跨行政区划地域的旅游规划。

(五) 预见性

旅游规划不仅对当前旅游业构成与发展问题提出解决方案,而且更重要的是对未来旅游业的发展状态进行推断与设想和对未来发展趋势做出科学预测和处理。因此,在旅游规划中对未来的预测是非常重要的,正确预测旅游业未来发展趋势和制定未来发展战略是旅游规划成败的关键。

(六) 可操作性

旅游规划的最终目的就是应用于实践,指导旅游业的建设与发展,使旅游开发有章可循、有据可依,这要求规划符合实际、内容充实,具有可操作性。没有可操作性的旅游规划就丧失了规划的意义和作用。

(七) 政策性

旅游规划是政府的一种决策行为,可能是由政府机构来组织完成,也可能是政府机构委托有关机构和单位共同完成。规划完成后要由政府组织评审会进行鉴定并被政府批准认可后方能实施。经过政府批准的旅游规划具有法规的效力,必须认真贯彻执行,严格按规划办事;如果需要较大的改动,则必须通过上级主管部门或当初编制规划的人员相互协商和认可。不同等级旅游规划的政策性在不同规划对象区域内发挥作用。

三、旅游规划要求

(一) 符合国家相关法规

旅游规划是我国诸多产业规划中的一种,需要遵守国家与此相关的法律和规定,如《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国文物保护法》、《中华人民共和国森林法》、《中华人民共和国草原法》、《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国水法》、《风景名胜区条例》等。

(二) 符合地方相关规划

旅游规划属于社会发展规划下的一个产业性的子规划,需要与上一层规划相符,如《城市发展规划》、《社会经济发展规划》、《土地利用与环境保护规划》等。

(三) 要有创新性

旅游是一项求知、求乐、求异、求新的活动,旅游规划千篇一律,满足不了旅游业发展的需求。因此,旅游规划的创新性至关重要。创新需要规划人员在遵循规

划理论和原则的基础上,充分发挥聪明才智,大胆设想,设计出既有特色又具有吸引力的旅游产品。

(四)具有一定的灵活性

事物是发展的,发展是有规律的,遵循规律对短期内发展的事物可以预测,但随着时间的推延,各种社会与经济要素在变化,使对未来形成的具体形势与模式难以准确预测和认识,再加上人的认识能力有限而发展无止境,因此,旅游规划的编制要有一定的灵活性,对旅游资源和土地资源开发留有一定的余地,以便在将来事物发生变化时,可以对规划进行修正或者重新编制。

第三节 旅游规划指导思想

随着全球旅游业的迅猛发展,旅游规划对区域旅游业的发展日益重要。不论是新兴的旅游地,还是成熟的旅游地,都已经认识到,一个好的合理的旅游规划能够为旅游地带来良好的经济效益,同时又能保护好旅游地的资源、环境和生态,从而促进旅游地的可持续发展。旅游规划的地域性研究越来越成为一个备受关注的专门领域。旅游规划既继承了一般规划的思想、理论,又有了自身学科属性规定的思想与理论。

我国以发展旅游产业为目的的旅游规划始于20世纪80年代初,在20余年的实践中,人们对旅游规划的认识经历了从20世纪80年代至90年代、90年代至21世纪、21世纪至今三个发展阶段,形成了具有发展阶段性特征的四大旅游规划指导思想。

一、资源导向的旅游规划思想

旅游资源的形成受到两方面的限定:一是受到所处地球经纬度的空间限定,二是受到社会历史发展时代所形成的文化时间限定,不同地球经纬度的空间和不同社会历史发展时代的文化时间铸造了旅游资源的特色。

以资源为导向的旅游规划思想,强调以调查、评价、分析区域旅游资源作为提出旅游规划的基础和依据。以资源为导向的旅游规划,要求以已有的自然风景资源和历史遗存古迹为出发点,主张进行低度开发和建设。我国最早的风景区和历史文化旅游名城,几乎就是在固有旅游资源的基础上进行规划的。

以资源为导向的旅游规划思想认为,旅游资源分布有相对的区域空间,旅游规划依据旅游资源,依据自然地域、历史条件和一定的经济、社会条件,就能形成有差异的旅游空间,或是形成有特点的旅游空间,相关的旅游项目、旅游产品和旅游接待服务设施,都因旅游资源的特色而形成特点,形成可以将旅游者吸引到特定区域内开展旅游活动的旅游吸引力。

以资源为导向的旅游规划思想,要求以风景资源结构为制定旅游发展战略的主要基础,通过分析旅游资源和区位条件,确定相应的旅游发展模式,制定相应的发展措施,从而形成操作性强的旅游发展规划。

以旅游资源为中心的旅游规划,能较好地体现区域旅游特色,是一种长效的旅游发展规划,代表着旅游规划的方向。

二、市场导向的旅游规划思想

进入 20 世纪 90 年代后,随着旅游业的进一步发展,全国各个地方都开始意识到发展旅游业的必要性,特别是发展旅游与扩大地方的知名度、增强地方的开放性和投资吸引力具有密切的关系。于是,在一些旅游资源并不突出的地方,地方决策者也非常乐于发展旅游业,凭借客源区位优势,人工创造旅游吸引物,从而获得了成功。深圳曾被称为“文化的沙漠”,但华侨城的“锦绣中华”和“世界之窗”的成功规划,带来了轰动的产业效益,这就打破了以旅游资源为中心的规划思想,说明旅游规划不一定依据旅游资源进行。

深圳“锦绣中华”和“世界之窗”的成功,促使人们去思考旅游规划与经济市场的关系。市场经济的发展,大大提高了人们的市场意识,旅游规划界开始反思原有的规划思想和模式。

人造旅游项目的成功发展,促进和加固了以市场为导向的旅游规划理念。区域旅游规划在从单纯对旅游资源的研究重点中,转向对旅游市场的重视。市场导向的旅游规划扩展了人们对旅游资源的认识,特别是人工旅游景点开发所获得的高经济效益,使人们意识到并不具备传统风景与人文资源优势的地区,通过策划和建设市场对路的旅游产品,也可以获得从无到有的旅游收益,也可以发展成为旅游城市或旅游目的地。

在市场机制下的旅游发展规划,最先的出发点,应该是旅游市场的需求、旅游的潜在需求。在市场导向下的旅游规划就是要着力研究旅游市场,认为潜在的市场需求要比现实的市场需求更重要。因此,对潜在旅游市场需求的研究和预测,便成了旅游规划不可缺少的组成部分。

以市场为导向的旅游规划思想强调,不是有什么旅游资源便开发什么,而是市场需要什么便开发什么。市场导向,首先是“导”资源,将资源的筛选、加工、再创造导向市场所切实需求的方向,让旅游资源与旅游市场对接。资源有了市场的引导、分析和评估,就可使资源充分转化为经济效益。市场导向型旅游规划的基本思路可概括为:针对市场需求对旅游资源评估、筛选和加工,然后设计、制作、组合成适销对路的旅游产品,推向市场,形成市场、资源、产品、市场的循环发展。

在以市场为导向的旅游规划理念下,旅游规划的任务偏重于旅游项目的创意,规划者要以独具匠心的创意,形成市场效益。以市场为导向的旅游规划将客源市

场的分析与旅游项目创意相联系。项目创意是旅游规划的关键,是旅游投资成本收益可行性论证的关键,也是旅游规划的基本特色。

市场是一种“活”的市场,会随着社会的发展、随着人们消费观念的改变而发生变化。因此,以市场为导向的旅游规划会不断地受到市场的挑战,需要不断地修改规划以适应旅游市场的变化。以市场为导向的旅游规划具有短暂性特征。

三、可持续发展的旅游规划思想

可持续发展理论产生于近代工业发展的时代,是普遍运用和指导社会各业发展的理论。随着旅游业发展的深入,旅游可持续发展思想已成为旅游规划的重要指导思想。

在旅游可持续发展指导下的旅游规划,要求对旅游资源利用有长远的观点,对旅游业的发展有规律性认识,通过旅游项目、旅游产品、旅游市场的规划,获得旅游业、旅游景区的长效性和可持续性的发展。可持续的旅游业发展,需要拥有长效性的旅游市场需求。确保拥有长效性旅游市场需求的关键是旅游资源的支撑,即拥有可持续利用的旅游资源。

可持续发展旅游规划思想,强调深入挖掘旅游资源的文化性和深入研究旅游业发展的趋势。深挖旅游资源的文化性,使人文旅游资源的文化性更深厚浓郁,使自然旅游资源的文化性更显露易见。以可持续发展思想为指导的旅游规划,强调旅游规划的文化性、旅游业的文化性、旅游景区的文化性、旅游项目的文化性和旅游产品的文化性。旅游资源的文化性在于旅游资源的原真性,保持旅游资源的原真性需要保护旅游资源的原真环境。以可持续发展思想为指导的旅游规划,强调深入研究旅游业的发展趋势,跟踪和反映社会生活的进步和发展,掌握社会旅游消费观念的变化和倾向,使所规划的旅游项目、旅游产品符合人们的长久需求。

在可持续发展思想指导下的旅游规划强调:第一,旅游资源的可持续利用;第二,旅游环境的保护;第三,旅游业的适度发展。

四、“大旅游”的旅游规划思想

进入21世纪,中国旅游业已愈来愈融入世界旅游市场,国内的区域旅游联盟已成为各地旅游业发展的趋势,从而形成了“大旅游”的格局。于是,“大旅游”就成为指导旅游规划的一种思想。“大旅游”旅游规划思想的核心,就是要求跳出具体旅游区地域或旅游资源区域的狭窄范围来思考旅游业的发展。具体原则强调:第一,景区面积规模要大,投入资金要大;第二,讲求区域联合,讲求多赢发展;第三,要求从世界、全国、全省、全区的宏观角度思考旅游发展战略,来规划旅游系统构架。

在旅游规划实践中,四大旅游规划思想都在发挥着作用,推动着中国旅游业的发展。从辩证和发展的眼光看,四大旅游规划思想是一个互为补充的思想,构成了

中国旅游规划的一个思想体系,不可偏颇,要综合利用,使旅游规划更科学、更具有实践性和发展性。

第四节 旅游规划工作程序

旅游规划是一个从参与项目招投标、接受规划任务、组织规划队伍、旅游资源与旅游现状调查分析,到确定旅游规划目标、规划编制、专家评审等环节的一个循序渐进、不断反馈、反复调整的动态循环工作流程。在旅游规划工作程序中,需要宏观的认识、控制和把握旅游发展的战略和目标,也需要微观的策划和设计,使规划具有创新性和可操作性。科学的规划工作程序,可以保证旅游规划的科学性。

旅游规划是对旅游系统进行的宏观筹划的工作,是一项系统性很强的科学工作,有规定的工作程序、工作内容和规律。总结和规范旅游规划工作程序和工作内容,是旅游规划的科学基础。一项旅游规划要经过明确规划任务与工作准备、旅游资源与旅游市场的调查评价分析、机会风险分析与战略制定、结构布局与确定规划大纲、规划编制与反馈修改、专家评审与优化定稿等多个工作环节。总结多种类型的旅游规划实践经验,确定任务、规划部署、调查研究、规划编制、规划评审、修改定稿,是旅游规划核心的六大工作。

一、确定任务

编制单位的旅游规划任务来自于委托单位,由委托单位确定编制单位。编制单位通过参加招标或直接委托两种方式获得旅游规划任务。原则上,省级旅游发展规划、中国优秀旅游城市和4A级以上(含4A级)旅游区的旅游规划,编制单位应当具有旅游规划设计单位甲级或乙级资质。原则上,同一旅游规划专家组组长不宜同时承担三个以上(含三个)旅游规划项目编制。

旅游规划委托方应根据国家旅游行政主管部门对旅游规划管理的有关规定,通过公开招标、邀请招标、直接委托等形式,确定旅游规划编制单位。公开招标是委托方以招标公告的方式邀请特定的旅游规划设计单位投标。邀请招标是委托方以投标邀请书的方式邀请特定的旅游规划设计单位投标。直接委托是委托方直接委托某一特定规划设计单位进行旅游规划的编制工作。旅游规划委托方不论采用怎样的方式,主要目的是有效确定适合规划项目要求的旅游规划单位。

在规划任务确定后,旅游规划委托方一般应邀请规划编制单位的负责人到实地进行初步的考察,协商并签订规划协议书。接受任务的规划编制单位应主动与规划委托方协商确定实地考察方案、规划协议书内容与签约时间。规划协议书是制订规划的法律依据,应明确规划委托方(一般为甲方)和规划承揽方(一般为乙方)的权利和义务。规划协议书内容包括规划时间期限、规划面积、规划内容、提交

规划成果数量、规划评审会的规格、规划费用、支付方式、违约处罚条款等。

同时,委托方相应要组建旅游规划编制领导小组。组长由主管领导担任,成员由旅游开发办、旅游局、规划局、建设局、土地局、园林局、环保局、林业局等相关部门的领导组成。编制单位在确定旅游规划任务后,就要进行旅游规划前的相关准备。

二、规划部署

旅游规划部署是一个全方位的细致的管理性工作,包括旅游规划工作部署、规划人员部署、旅游规划分项部署。

(一) 规划工作部署

旅游规划工作部署是对旅游规划工作进行全面的计划安排。旅游规划整个工作包括旅游资源的调查与评价、旅游规划大纲确定、旅游规划编制、旅游规划评审等。科学地部署旅游规划工作,可以提高旅游规划工作的水平 and 质量。

(二) 规划人员部署

在规划过程中,规划组人员部署,一般分为综合组、专题组、制图组。综合组的工作主要是在分析综合的基础上,提出规划目标、总体部署、结构调整和综合平衡方案。专题组主要调查、研究、解决旅游系统的关键性的特别难题,形成专题研究。制图组负责旅游规划图件绘制。在实践中,规划组人员也可按形成的规划大纲的“章”或专题进行分组,负责完成“章”的专项规划和相关的专题研究。依据规划人员的专业背景、技术水平、综合素质与能力来确定工作分派。

(三) 旅游规划分项部署

旅游规划是一个含多个专项规划的系统规划。旅游规划分项部署一般包括:旅游产品体系规划,包括对旅游项目策划、游览体系规划、娱乐体系规划、接待体系规划、旅游线路组织规划、市场营销策划;旅游支持体系规划,包括土地利用规划、旅游道路交通规划、基础设施规划、旅游投资规划、旅游人力资源规划;旅游保障体系规划,包括容量规划与旅游流调节、防灾系统和安全系统规划、生态环境保护规划、文化保护与社会发展规划、旅游市场管理规划等专项规划的安排。

旅游规划部署是将总体的、远期的规划目标逐层分解,落实到各专项规划之中。旅游规划部署的过程,就是不断地回顾和协调的过程,使之形成一个完整的旅游业构成系统。

三、调查研究

旅游规划编制单位在承接旅游规划编制任务后,要根据规划任务需要,组建规划编制专家组,一般要求组成包括旅游规划、土地规划、地理地质学、城市规划、园林设计、环境保护、社会学、市场与金融分析、建筑设计、文物保护等方面多学科专