

刘丽梅 吕 君 编著

区域旅游开发 与规划研究

国家社会科学基金资助项目（项目号：06CJY033）
内蒙古财经学院出版基金资助



中国财政经济出版社

区域旅游开发与规划研究

刘丽梅 吕 君 编著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

区域旅游开发与规划研究 / 刘丽梅, 吕君编著. —北京: 中国财政经济出版社, 2008. 9

ISBN 978-7-5095-0885-5

I. 区… II. ①刘…②吕… III. ①旅游资源-资源开发-研究②旅游经济-经济规划-研究 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 120734 号

责任编辑: 耿 伟

责任校对: 王 英

封面设计: 陈 瑶

版式设计: 兰 波

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×960 毫米 16 开 20.5 印张 338 000 字

2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月北京第 1 次印刷

定价: 30.00 元

ISBN 978-7-5095-0885-5/F·0730

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010-88190744

序

自第二次世界大战结束以来，和平与发展成为世界的主流，全球经济也因此而不断增长。在这一背景下，伴随着旅游需求在世界各地的不断增加，全球旅游业的发展势头空前强劲，特别是在进入20世纪60年代后的相当长的时期内维持了高速增长。有证据表明，到20世纪90年代，旅游业已经发展成为世界第一大产业。尤其令世人瞩目的是，在20世纪八九十年代间，在世界上不少国家出现经济不景气，很多行业发展陷入停滞甚至下滑的情况下，唯独旅游业的发展始终保持了良好的增长势头。据此，世界贸易组织预测：2020年，全世界的国际旅游人数将达到15.5亿，全世界的国际旅游消费额将达到2万亿美元。也就是说，在从20世纪90年代至2020年的近30年中，全世界的国际旅游接待量和国际旅游收入将分别以平均每年4.35%和6.7%的速度增长。

同时，中国自改革开放以来，旅游业的发展从无到有、从小到大，取得了长足的进展，因其可观的业绩和未来巨大的发展潜力，早在1998年底召开的中央经济工作会议上，就把旅游业确定为国民经济新的增长点之一。由于中央将旅游业确定为国民经济新的增长点，到1999年底，中国已有30个省、市、自治区将旅游业列为“支柱产业”、“先导产业”或“主导产业”。因此，一系列旨在鼓励区域旅游开发引资的投资优惠政策也在陆续地出台。

无疑，旅游开发已成为当前区域开发的一大热点。然而，区域旅游开发同时又是一项投资大、风险高的系统工程，它必须依

赖缜密的可行性论证和准确的市场定位以及科学系统的规划才能实施。而区域旅游开发与规划实践是一个多学科知识交互的创新过程,涉及内容十分广泛,具有较强的系统性特征,是一项综合性、科学性、时代性的工作。它涉及区域经济、区域规划、区域管理、区域交通、区域资源、旅游规划、旅游管理、市场营销等众多研究领域,需要借助旅游学、地理学、经济学、管理学、生态学、环境学、社会学、园林学、历史学等多学科进行协同研究。可是在现实中,一些地方政府或投资商在对旅游资源、旅游市场、旅游产品的相互关系以及区域旅游开发需要具备的条件尚不清楚的情况下,就匆忙上马旅游开发项目,从而导致资源破坏、产品滞销、投资损失。鉴于此,我们编著了《区域旅游开发与规划研究》一书,努力在理论与实践之间架起沟通的桥梁。

本书强调资源与市场相互适应的规划指导思想,强化区域旅游主题的确立,让旅游目的地通过旅游项目的创意设计和开发,合理进行空间布局,以便转化为现实生产力,达到吸引旅游者到本地旅游并获取巨大的经济、社会、生态环境效益的目的。本书的最大特点在于举例说明和案例分析较多,有助于读者的深入理解。

书中借鉴和引用了许多专家学者的已有成果,在此谨向有关作者表示深深的谢意!

目 录

第一章 区域旅游开发概述	(1)
第一节 区域旅游开发的概念	(1)
第二节 区域旅游开发的内容及原则	(3)
第三节 区域旅游开发研究的历史	(6)
第二章 区域旅游规划概述	(12)
第一节 区域旅游规划概念与原则	(12)
第二节 旅游规划的历史回顾	(22)
第三节 区域旅游规划编制的基本模式	(26)
第四节 旅游规划的技术程序	(33)
第三章 区域旅游开发与规划的理论基础	(36)
第一节 地域分异规律和劳动地域分工	(36)
第二节 区位理论	(42)
第三节 市场学原理	(48)
第四节 生态学原理	(51)
第五节 增长极理论	(53)
第六节 可持续发展理论	(57)
第七节 旅游人类学理论	(63)
第八节 系统理论	(67)
第四章 旅游资源调查与评价	(72)
第一节 旅游资源的分类与调查	(72)

第二节	旅游资源的单项评价	(84)
第三节	旅游资源的综合评价	(107)
第五章	旅游市场分析与预测	(128)
第一节	旅游市场趋势研究	(128)
第二节	旅游市场细分和目标市场选择	(136)
第三节	旅游市场调研方案	(144)
第四节	旅游市场信息有效化途径	(152)
第五节	旅游市场研究的常用空间分析技术	(163)
第六节	旅游市场预测	(171)
第六章	旅游主题及项目创意	(173)
第一节	旅游主题的确定	(173)
第二节	旅游项目的创意设计	(181)
第七章	旅游产品的开发与旅游线路设计	(194)
第一节	旅游产品的开发与设计	(194)
第二节	旅游线路组织安排	(215)
第八章	旅游区划与空间布局	(224)
第一节	旅游区划	(224)
第二节	旅游空间布局	(228)
第三节	旅游基地建设	(252)
第九章	区域旅游形象策划	(254)
第一节	旅游形象问题的提出	(254)
第二节	区域旅游形象研究的起源与研究学科	(262)
第三节	区域旅游形象策划的理论基础	(265)
第四节	区域旅游形象策划的方法	(283)
第十章	区域旅游开发的保障体系规划	(300)
第一节	旅游开发的管理体制保障	(300)

第二节	旅游开发的政策与法规保障	(302)
第三节	旅游开发的企业发展保障	(305)
第四节	旅游开发的财政和金融保障	(306)
第五节	旅游开发的市场营销保障	(308)
第六节	旅游开发的科技保障	(310)
第七节	旅游开发的人力资源保障	(312)
第八节	旅游开发的环境保障	(313)
参考文献		(316)

第一章 区域旅游开发概述

第一节 区域旅游开发的概念

一、区域旅游开发概念的提出和发展

“开发”一词是经济学的概念，在文献中最早见于《汉书·盖诸葛刘郑孙毋将何传》：“时，帝舅红阳侯立使客因南郡太守李尚垦草田数百顷，颇有民所假少府坡泽，略皆开发，上书愿以入县官。”其意是说汉成帝时，其舅红阳侯王立派人找南郡太守李尚霸占老百姓开发出的农田，因为这些农田是坡度陡的沼泽地，假意入官，让国家付给一倍以上的价钱。此段文字中的开发一词，即垦殖土地。由于近代工业的发展，除土地外，像地面上的山石、植被、动物、水体，地下的煤炭、石油、矿物，还有空气、阳光等都可以利用，变成财富，形成产业。这种资源转变成产业的社会劳动过程就是开发。

“转变”是一个过程，是一个复杂的技术过程，并且由多方面因素、多种环节组成。因此，各门学科结合产业的特点，对资源转变成产业应有更简要的概括和更深入的论述。

区域旅游开发同其他产业开发有着相同性，即开发旅游资源，形成旅游产业。但是，旅游业是以招徕、接待旅游者为主要内容，因而比其他产业复杂得多。旅游开发是一项综合性开发，也是在一定空间范围的区域旅游开发。对于区域旅游开发，在文献中最先阐述的是1991年《地理学报》中的“应用旅游地理学在中国的进展”一文。该文指出：“区域旅游开发就是在旅游资源分布相对一致的空间内，以中心城市为依托，依据自然地域、历史

联系和一定的经济、社会条件,根据旅游者的需求,经过人工的开发和建设,形成有特点的旅游空间,即各种类型的旅游区,以吸引一定区域内的旅游者。”这段文字对旅游地开发的论述明确、具体,而对区域旅游开发论述则有些简单。经过多年的实践和理论研究,学者们对“区域旅游开发”一词有了更深刻的理解,提出了以下定义:

所谓“区域旅游开发”,就是根据当地的条件,运用适当的资金、技术手段,通过科学的调查、评价、规划、建设经营等,使未被利用的资源得以利用,已被利用的资源在深度和广度上得到加强,并对资源、市场、产品、商品、形象、人才等进行综合研究,确定发展方向,搞好相应的设施配套,创造更佳的效益,使旅游业在区域内得以建立和完善、发展和提高。

这一定义有以下几点主要含义:

1. 区域旅游开发必须因地制宜,从实际出发。也就是从景点区域大小及区域的自然、经济、历史、文化和区位条件出发,按照客观规律开发,但无固定格式,即园林学常讲的:“有定规,无定式”。

2. 区域旅游开发是一项技术过程。即通过调查、评价、规划、建设经营等环节完成整体开发。某项任务的结束只是完成开发过程的一个环节,而不是全部。因此,必须从过程和整体上理解开发。

3. 区域旅游开发的中心是资源。旅游资源只有经过开发,才能转化为旅游业所能利用的景点,才能对旅游者产生吸引力。

4. 区域旅游开发的出发点是旅游者。因为旅游者是旅游活动的主体,他们的消费是旅游经济的来源。

5. 区域旅游开发是一项综合性开发。一个地区旅游业的各个部分和各个环节只有得到均衡发展,有一个合理的结构,才会形成较强的生产力,才能在市场上有竞争力,托起这轮新兴的“朝阳产业”。

二、区域旅游开发的特点

区域旅游开发同其他产业开发相比,具有以下特点:

1. 多元性。即旅游是由多个要素组成的复杂的物质体系。在开发时,要对旅行、游览、住宿、餐饮、娱乐、购物等各消费要素进行充分考虑,搞好要素间的综合。

2. 多层次。即旅游开发空间由范围大小不同的区域,即区、景区和景点组成,因而在规划、设计内容与标准上有不同的要求。

3. 动态性。即开发是一个动态的过程。旅游业发展是由小到大、由单一到综合、由粗放到集约的过程。所以,在时间段上有不同的要求和规定。陈传康先生提出:“近期开发要搞好可行性论证,中期开发要搞好可靠性规划,远期开发要有科学性预测。”

第二节 区域旅游开发的内容及原则

一、区域旅游开发的内容

旅游开发是一项综合性和全面性的工作,其主要内容,除了对各类旅游吸引物进行选择、布局、改善外,还包括旅游供给设施、市政工程、公用设施的兴建和管理、接待机构的建立以及旅游工作人员的培训,等等。旅游开发的内容可以归纳为以下几点:

(一) 重点旅游景点的建设

旅游资源在旅游业中必须经过开发才能被利用,旅游景点和景区就是旅游开发中的一个重要组成部分。旅游景点和景区建设包括两个类型:旅游景区景点的初次建设,旅游景区景点的深入开发建设和改造。但是,这里说的建设是广义的概念。除了指新景点的兴建和传统景点的改建外,还应该包括对旅游资源的保护等方面的内容。

(二) 旅游地的交通安排

旅游活动具备异地化的特征,旅游者往往要经过漫长的旅途才能来到旅游地。因此,合理地安排旅游地的外部和内部交通是区域旅游开发中又一个重要内容。这里的交通安排包括交通线路的设计、旅游交通设施的配套、交通工具的选择等方面。现代旅游中旅游者对舒适度和效率的要求越来越高,往往要求旅途所用的时间尽量短而且舒适,旅游的过程相对长而且参与性强。在对旅游交通进行规划时,要充分考虑旅游者的这些要求。

(三) 旅游地旅游辅助设施的建设

成功的区域旅游开发需要对旅游所需的旅游辅助设施进行统筹规划和建设,完善旅游地的旅游环境。旅游辅助设施包括的内容范围很广,涉及旅游的食、住、行、游、购、娱等方面。这些设施不仅会促进当地旅游的发展,

还会对当地社会的发展和人们生活质量的改善有极大的帮助。

（四）旅游市场的开拓

区域旅游开发要取得预期的经济、社会和环境效益就应该注重旅游市场的需求和变化。只有尽力满足旅游市场的需求，自身的利益才能得到满足。因此，区域旅游开发应该依据本地旅游资源的特色和优势确定其开发的目标市场，进行有针对性的开发和市场营销，努力扩大客源和开拓旅游市场。

（五）对旅游管理体制和人员培训进行研究

区域旅游开发能否正确实施，旅游业能否健康发展起来，关键在于有一个合理、高效的管理机构和高水平的服务人员，因此，对管理体制和人员培训研究亦是旅游开发研究的一项主要内容。

二、区域旅游开发的原则

要使区域旅游开发取得较好的经济效益，必须遵循下列原则：

（一）个性原则

区域旅游资源的开发，应突出个性，充分揭示和发现其本身独有的特色，把各项旅游资源有机地结合起来，形成一个主题，以此来树立当地的旅游形象。有个性、有特色，就容易在旅游者或潜在旅游者心目中留下深刻的印象，就有了吸引力，也就有了竞争力。所谓个性突出，就是有意识地开发、创造一个有吸引力的形象，具有其特有的风格和形象识别。例如香港以“魅力香港，万象之都”、“动感之都”为主题来开发“都市旅游”，突出现代东西文化、中外文化交汇的大都市的个性特征，将国际大都市丰富多彩的风貌展现在游客面前。

（二）市场原则

区域旅游资源的开发应以旅游市场的需求变化为依据，以最大限度地满足旅游者的需求为标准。由于旅游者的旅游动机与市场需求经常变化，旅游资源在市场竞争中随时面临着入时或过时以及扩大或丧失吸引力的问题，因而旅游资源的开发，应注重旅游市场的调查和预测，随着市场的变化而选择开发重点，减少开发的盲目性。

例如，现代旅游活动向多样化和参与性方面发展，在旅游资源的开发上就必须迎合这一市场特点。否则，景点再美，只能看，不能玩，旅游者也会兴味索然。

（三）效益原则

区域旅游资源的开发，应注重提高它的使用价值和吸引力，以较少的投资和较短的建设周期产生较大的经济效益。区域旅游资源的开发效益与它吸引旅游者数量多少和质量高低呈正比。因此，旅游资源的开发必须做到：（1）优先开发那些地理位置优越、便于旅游者前往的旅游资源，使其较快地产生效益；（2）充分利用现有资源，提高其利用率；（3）密切关注供求关系循序渐进地开发，开发中还要随时根据市场情况进行调整。

旅游资源投资开发的效益评价，表现在开发需要的投资、资金的来源、建设周期和投资回收程度的评价上，这四个方一般用投资回收年限这一综合指标来衡量。回收年限短，说明供求对口，经济效益就好。

（四）保护原则

不论哪一类旅游资源，在开发过程中，都会对资源本身造成不利影响，因此，要注意对旅游资源的保护和资源所依托环境的保护，必须明确开发旅游资源是为了更好地利用旅游资源，而保护资源及其周围环境也是为了更好地利用旅游资源。如果在开发中不注意保护环境和资源，破坏性地开发利用，轻则会使旅游资源质量下降，重则会使旅游资源毁灭。总之，在任何资源开发前，都必须进行可行性研究，制定保护资源的切实方案，防止资源原貌和环境的破坏。

（五）综合原则

旅游资源有多种不同类型，要通过综合开发，使吸引力各异的不同旅游资源结合为一个群体，使游客能从多方面发现其价值，从而提高其资源的品位，在旅游市场竞争中提高知名度。综合原则还体现在开发时，要考虑旅游者食、住、行、游、购、娱以及通讯、联络等多方面的需求，做好有关设施的配套和供应。

三、区域旅游开发的步骤

（一）旅游资源的调查

这是区域旅游资源开发的基础工作。其目的是为了了解该地区旅游资源的类型、数量、规模、布局情况和开发利用状况，该地区交通、水、电等基础设施状况以及与旅游相关的配套服务设施情况，如住宿、通讯、娱乐、购物等。通过评估，了解该地区旅游资源的优势、劣势和潜力所在。

（二）旅游资源的评估

旅游资源是否有开发价值，能否成为旅游区，要根据资源调查的情况，加以分析和评估。

（三）制定区域旅游规划

根据旅游市场的最新动态和当地开发旅游的基本条件，确定该地区旅游开发的总体规划。总体规划包括开发的总目标，开发的对象、规模、等级方式、时间、步骤、配套设施及总投资估算，开发的组织、具体程序，等等。这里既包括战略研究，也包括规划技术和方法的研究。

通过合理科学的规划，有助于确定旅游业发展的类型、数量、地点和时间，同时又为旅游地带来良好的经济（Economics）、环境（Environment）、富裕（Enrichment）、交流（Exchange）四方面的效益，即“4E”效益。

（四）具体实施计划

进入开发阶段最重要的是制定好实施开发的具体计划，它包括：（1）确定开发范围和目标；（2）根据已有资料，提出项目的模式、土地利用要求等；（3）制订建筑总体规划；（4）资金来源及财务预算；（5）进行项目具体设计，画出施工图纸；（6）投标及施工；（7）反馈与评估。

第三节 区域旅游开发研究的历史

一、区域旅游开发研究的兴起

（一）国外旅游开发研究的兴起

公元初，罗马军团为了满足执政官的度假需求，在温泉地带建立了公共浴室和相应的旅店配套设施，但这时候还不能算是真正的区域旅游开发，只是政治需要。严格地说，旅游开发的历史并不太长。开始阶段，人们仅将区域旅游开发局限于旅游地资源开发的狭小范围内，而且旅游的项目比较单一，主要是为了休养和疗养。

14世纪，比利时在矿泉地建立了欧洲第一处度假地——斯帕度假地。这时旅游地的开发也多限于疗养地与休养地的开发，主要在自然旅游地区修建别墅，建设休养设施。

17~18 世纪温泉疗养地在全球兴起,以德意志的巴登、法国的维希、英国的巴克斯顿为代表。以后又形成了法国南部地中海地区以尼斯为中心的里维埃拉海滨疗养地,掀起了一个不小的海水浴旅游、疗养高潮。

19 世纪末,在阿尔卑斯山一带,瑞士、法国、意大利、奥地利等国,利用阿尔卑斯山的自然风光优势,开发了大量的山岳疗养地,出现了登山和冬季体育活动的热潮。

第一次世界大战以后,旅游业作为一个具有突出经济效益的行业在欧美各国初露端倪。这时的旅游开发已开始出现了客源市场的开拓,并注重旅游的大众化发展方向。这一时期旅游开发的一大特点是:游乐园和大量群众性游乐地的开发以及旅游交通和旅游设施的开发建设,取得了引人注目的成绩,旅游的大众化趋势已显露出来。

第二次世界大战后,随着经济的迅速发展,交通工具的进步以及交通条件的改善,旅游在欧美国家成了人们日常生活的一个组成部分。此时,旅游出现了以下特点:第一,旅游已经大众化,在欧美发达国家,普通老百姓只要想外出旅游,很快就会变为现实;第二,区域旅游开发步伐很快,许多大的旅游开发项目由国家组织和实施,如法国的“朗格多克—卢西荣计划”、日本的“新全国综合开发计划”就是典型代表;第三,区域旅游开发特别注意了客源市场开发。由于旅游的大众化,旅游市场进入买方市场,旅游市场竞争激烈,旅游的形象宣传、促销等成为区域旅游开发的一个重要组成部分。随着上述旅游开发实践的迅速发展,区域旅游开发研究兴起。

(二) 国内旅游开发研究的兴起

我国旅游业兴起于 20 世纪 70 年代末,20 世纪 80 年代进入快速发展时期。20 世纪 80 年代初,国家旅游局提出的“四个转变”方针,其中一个转变就是“从过去主要搞旅游接待转变为开发建设旅游资源与接待并举”。与此同时,国家公布了首批 24 个历史文化名城及 44 个重点风景名胜区,推动了区域旅游开发实践,出现了一些不同专业背景的学者,他们从各自的学科优势出发,研究区域旅游开发,如:以陈传康、郭来喜为代表的地学学者从事旅游资源与评价的研究,以黄辉实、申葆嘉、王立纲为代表的经济学界学者进行旅游经济和宏观管理的研究,以朱畅中、李道增、郑孝燮、罗哲文、汪之力为代表的建筑界学者对旅游规划和文物保护的研究,以陈从周、冯纪中、孙筱祥为代表的园林界学者对风景区的研究。他们先后在《地理学报》、《建筑学报》、《自然资源学报》、《建筑师》等刊物上发表文章。与此

同时,北京旅游学院筹备处编写的《旅游资源开发与观赏》(1981年)、中科院地理所编写的《旅游地理文集》(1982年)、东北师大编写的《旅游资源与规划》(1986年)、同济大学编写的《风景名胜研究》(1988年)、陈传康编写的《北京旅游地理》(1989年)相继问世。与此同时,各类刊物登载的区域旅游开发文章近千篇。由此揭开了区域旅游开发研究的序幕。

二、区域旅游开发学的创建

区域旅游开发学是一门实践性很强的学科,是建立在资源学、经济学、美学、规划学和地理学等众多相关学科基础上的综合性学科。在我国,区域旅游开发学更为年轻,处于形成阶段。在这当中,当代地理学家陈传康起到了开创和奠基作用。他在大量旅游规划实践的基础上,以综合自然地理学作为基础,广泛吸收相邻学科知识,运用哲学思维方法,于1987年提出了“区域旅游开发”的概念,并相继提出了一系列的思想,为本学科的建立指明了方向。

1. 风景要素组成和结构理论。陈传康先生认为,风景由山、水、花木、建筑、天气变化和人文特色组成,第一次提出“造型地貌”、“变幻造型地貌”和“园林构景蒙太奇”概念,从而为区域旅游资源研究奠定了基础。他指出,在对一个区域进行旅游开发时,要对风光基础层次、开发方向层次和接待服务措施层次进行研究,建立风景结构图式,明确各要素间内在的联系和开发重点。以海南研究为例,具体内容见图1-1。

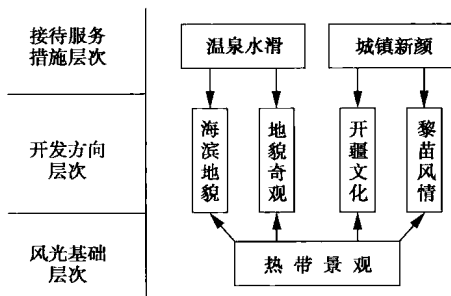


图1-1 海南风景结构图式

2. 旅游活动行为层次框架图。区域旅游开发的目的是满足旅游者的需求,所以开发必须以市场为导向并作为重要内容研究。陈传康先生按照旅游者的动机和类型建立了旅游行为框架图,把旅游者的旅游活动行为分为三个

层次：基本层次、提高层次和专门层次，从而指明了旅游产品开发方向 and 市场营销目标，具体内容见图 1-2。

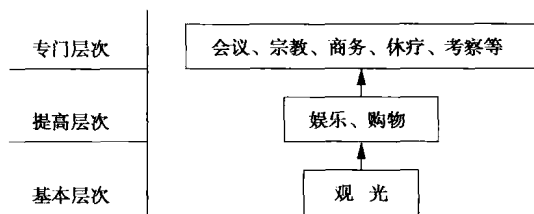


图 1-2 旅游活动行为层次框架图

3. 旅游产业内部结构图。陈先生认为，旅游经济结构是建立在资源结构、旅游行为层次结构、旅游市场结构和接待服务措施结构相互关系、作用基础上，各结构的彼此关系是一种对应变换的关系，并且具有复杂的反馈关系。区域发展战略的目的，即建立一套相应风景资源的其他对应变换（线形、非线形、拓扑等交换），为旅游管理提供战略方向和相应对策，具体内容见图 1-3。

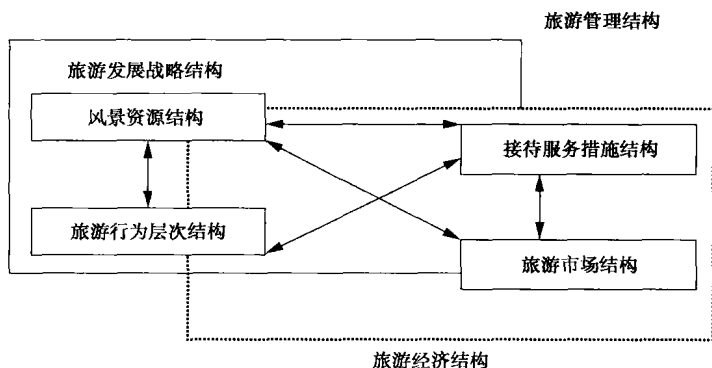


图 1-3 旅游业内部结构的框架关系

4. 区域旅游开发的六种模式。陈先生在研究风景资源和区位条件的基础上，提出了区域旅游开发六种模式。^① 这一模式思想的树立，对区域旅游开发研究和全国旅游区的合理布局具有重要意义，具体内容见表 1-1。

^① 陈传康：“区域旅游开发六种模式”，《旅游调研》，1990 年第 5 期。