



旅游学术文库

旅游规划原理

PRINCIPLES OF
TOURISM PLANNING

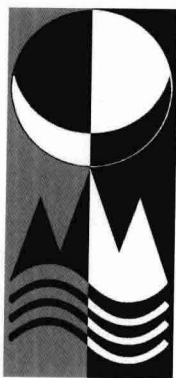
吴必虎 俞曦◎著

中国旅游出版社

TOURISM ACADEMIC LIBRARY

吴必虎 俞曦◎著

旅游规划原理



旅游学术文库

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划原理/吴必虎, 俞曦著. --北京: 中国旅游出版社,
2010. 1
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3903 - 8

I. ①旅… II. ①吴… ②俞… III. ①旅游业 - 经济规划
IV. ①F590. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 011074 号

书 名：旅游规划原理

作 者：吴必虎 俞 曦

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话: 010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：37.5

印 数：4000 册

字 数：780 千

定 价：65.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3903 - 8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

目 录

第一章 旅游研究与旅游规划	(1)
一、引言：旅游的增长	(1)
二、旅游与旅游研究	(3)
三、旅游规划的多学科支持	(18)
四、旅游规划的类型及案例	(31)
五、旅游规划的技术要求	(37)
第二章 旅游市场分析与预测	(59)
一、旅游市场数据收集与分析	(61)
二、旅游需求预测理论与技术	(79)
三、旅游者消费行为	(97)
第三章 旅游资源调查与评价	(107)
一、旅游资源分类	(109)
二、旅游资源调查与创新	(112)
三、旅游资源利用价值评价	(115)
四、旅游资源定价	(131)
五、资源 - 产品转化适宜性评价	(139)
第四章 旅游产品（吸引物）开发	(147)
一、旅游产品与产品树	(147)
二、基于资源的观光益智旅游产品	(166)
三、基于休闲、娱乐和生活品质目的的度假旅游	(178)
四、基于利益发展的商务旅行与相关旅游产品	(206)
五、专项（主题）旅游产品	(213)
六、特殊兴趣旅游	(218)
七、旅游产品开发战略与技术	(226)

第五章 旅游空间结构规划	(237)
一、空间结构的基本理论	(238)
二、区域旅游空间结构与区域旅游合作	(250)
三、环城游憩带 (ReBAC)	(266)
四、城市游憩空间规划	(275)
五、旅游流	(283)
第六章 目的地品牌建设和营销规划	(289)
一、目的地营销概述	(289)
二、目的地营销规划	(294)
三、目的地品牌建设	(314)
四、目的地形象设计	(319)
五、目的地营销行动计划杭州案例	(338)
第七章 出行、旅游接待与服务规划	(345)
一、出行系统规划	(345)
二、旅游接待规划	(360)
三、旅游服务规划	(376)
四、信息服务与解说规划	(390)
第八章 旅游区规划	(401)
一、旅游区规划概述	(401)
二、旅游区总体规划	(409)
三、旅游区详细规划	(426)
四、旅游区景观设计	(436)
五、旅游区建筑设计	(441)
第九章 旅游规划影响评估与管理	(445)
一、旅游影响	(445)
二、可持续旅游规划	(454)
三、旅游规划影响评估与管理工具	(463)
第十章 旅游规划实施与监控	(472)
一、实施过程及评估	(472)

二、影响实施的外部因素	(480)
三、政府与政策	(486)
四、土地供给与规划实施	(492)
五、资金保障	(495)
六、人力资源支持	(500)
参考文献	(502)
主题词索引	(579)
后 记	(593)

第一章 旅游研究与旅游规划

一、引言：旅游的增长

人类的旅行史，对现代旅游业具有奠基意义。在欧洲，中世纪的旅行者的出行目的包括帝王巡游、家庭旅行、贵族朝圣、骑士出征、外交出行、传教士漫游、节庆活动、探险旅行等（Labarge, 1982）。这些经过学者研究得出的旅行类型实际上在世界上其他地区、人类历史上其他阶段也同样存在类似方式。许多作者对人类旅行史、游憩史和旅游史进行了归纳、分析和综述（Towner, 1994；Ratti, 2008；王淑良, 1998；王永忠, 2004；彭顺生, 2006a）。这些著作不仅对人们了解过去提供了线索，也为当今世界旅游业的发展提供了借鉴。

从全球范围看，现代旅游业始于 19 世纪 40 年代，工业革命使人类出行方式发生了革命性的变化。到 20 世纪 50 年代，世界旅游业开始具有一定的规模；20 世纪 60 年代，旅游业加快了发展速度，一跃成为世界上最重要的经济活动之一。从 20 世纪 50 年代至 21 世纪，全球国际旅游人次数的增长呈现持续递增趋势。根据世界旅游组织 2006 年 1 月份的报告，2005 年全球旅游业创下 8.08 亿人次国际旅游者的纪录（图 1.1）。

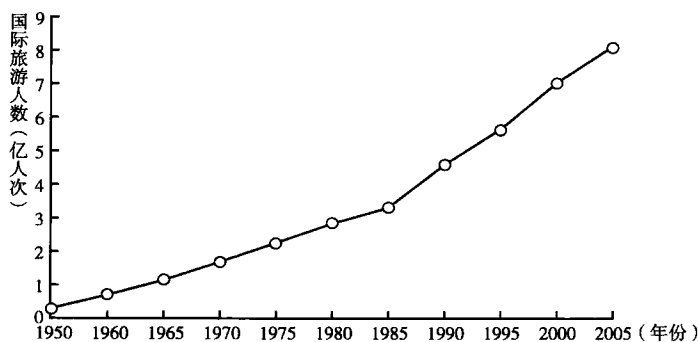


图 1.1 全球国际旅游人数的持续增长
(据世界旅游组织各年度报告)

世界旅游组织（WTO）（1997：506）认为，新世纪初期的旅游业已进入具有如下特征的时代：中速增长；不同目的地/目的国之间的竞争日益加剧，增长越来越多地依靠从

竞争对手手中争夺市场；国家放宽管制并认同私有化，更多地依靠市场机制来调节运行；对旅游业所产生的经济、社会文化和环境方面的影响的认知越来越深；旅游者对目的地及其产品的特征及质量的了解和信息量越来越多，对旅游产品和服务质量的要求也越来越高；旅游业日渐被少数大型跨国集团所控制，在航空业中尤其如此；受技术驱动的市场，特别是网络技术、计算机信息系统和预订系统的作用变得更加强大。

中国近代旅游业出现在沿海半殖民地城市，且有一定的规模（张俐俐，1998）；民国时期，现代旅游业不仅有所发端，甚至还出现了一些学术研究（贾鸿雁，2002）。但是中华人民共和国成立以后的最初30年，由于种种原因，旅游业仅以外事接待形式有限度地存在。1978年改革开放以后，中国现代旅游业进入真正的发展时期。1979年，邓小平指出：“旅游事业大有文章可做，要突出地搞，加快地搞。”按照这一重要指示，中国旅游业很快实现了从“外事接待型”向“创汇型”转变的重大突破。1986年，国务院将旅游业第一次纳入国民经济和社会发展规划；1992年，中央进一步明确旅游业是第三产业中的重点产业；《国民经济和社会发展规划“九五”计划和2010年远景目标纲要》中将旅游业列为第三产业积极发展序列第一位；1998年和1999年，中央将旅游业列为国民经济新的增长点之一，进一步明确和提高了旅游业的产业地位（匡林，2000）。

经过20余年的发展，特别是进入20世纪90年代以后，国内旅游业的迅猛发展，旅游业已经成为国民经济新的增长点，旅游经济的总体规模已经十分可观。2006年全国旅游总收入达8935亿元，占国内生产总值的4.3%。根据国家旅游局提供的历年统计资料，1978年来华旅游入境人数仅181万人次，外汇收入2.6亿美元，到2006年时入境人数已达12494万人次，旅游外汇收入339.49亿美元，后者分别是前者的69倍和130倍，中国已跻身世界旅游大国前五强之列。

与此同时，在国家扩大内需战略和强调构建社会主义和谐社会目标的引导下，旅游成为全面建设小康社会、构建社会主义和谐社会的重要内容，中国旅游业在国民经济中的地位和作用已逐渐向扩大内需和提高人民生活质量方向定位：2005年国家《“十一五”规划纲要》将旅游业定性为面向消费者的消费性服务业并强调要“大力发展旅游业”；2006年中央经济工作会议和2007年国务院政府工作报告都强调“积极培育新的消费热点，扩大文化、健身、旅游等服务性消费”（温家宝，2007）。2005年8月国家旅游局提出“全面发展国内旅游”的旅游业发展战略，表明政府对国民旅游消费的关注（张广瑞等，2002）。

统计显示，中国国民国内旅游规模从1984年的2.0亿人次增至2006年的13.94亿人次，国内旅游收入从1985年的80亿元人民币增至2006年的6229.74亿元人民币。同时，在20世纪90年代兴起了国民出境旅游，出境人数从1993年的374万人次增至2006年的3452.36万人次。中国已经成为全球国民出境旅游市场上增幅最快、潜力最大、影响力最为广泛的国家。

1999年，国务院修正《全国年节及纪念日放假办法》，形成3个黄金周以推动假日经济和拉动内需。当年的国庆节期间形成前所未有的国内旅游高潮，7日之内全国居民外出旅游人数高达4000余万人次，旅游花费约141亿元，但因接待能力、管理水

平等限制，旅游投诉也达最高，被称为挑战中国旅游业的“假日经济”（陶卓民、华东，2001）。2007年12月，国务院再次对《全国年节及纪念日放假办法》进行了修改，调整了“五一”黄金周，并颁布《职工带薪年休假条例》，促进假日经济调整和转型。总的来看，20世纪90年代后期，中国国内旅游的发展还存在下列问题（奚晏平，1996）：产业发展处于从无序向有序转化阶段；人力资源，特别是经过旅游业专业训练的就业者匮乏；交通瓶颈仍然是制约国内旅游发展的因素；旅游产品初级化明显，不能满足日益进步的消费市场需求，需要对旅游业内部的产业结构进行调整。

放眼未来，中国旅游业的增势更为明显。国家旅游局提出，在“十一五”期间，中国旅游业总收入要实现年均增长10%，到2010年旅游业收入要占国内生产总值的8%（国家旅游局，2008b）。世界旅游组织预测，到2015年，中国将成为世界最大的旅游目的地。无论是官方性的组织——世界旅游组织，还是商业性的组织——世界旅行旅游理事会（WTTC），这两个组织从全球格局来预测中国旅游业的发展，得出的结论都比中国官方的预测规模要大，由此可见，中国旅游业的持续发展是一种不可逆转的方向（魏小安、韩健民，2003）。

旅游业的发展促进了社会经济整体的发展。增长的空间、吸纳就业的能力、对多方面的拉动作用是旅游业最大的经济优势所在（杜一力，1999：147）。据世界旅游组织公布的资料，旅游部门每直接收入1元，相关行业的收入就能增加4.3元；旅游部门每增加1个直接就业机会，社会就能增加5个就业机会（转引自刘怡，1999）。在面临全球化的今天，旅游业已成为一个新的国际竞争优势来源。对于第三世界国家而言，发展旅游业能够帮助他们增加社会经济和政治财富以确立和提升其在国际关系中的地位，因而具有极为重要的意义（Hall，1996）。

鉴于旅游业对中国经济的重要作用，旅游作为经济新增长点的战略已经为许多地区和部门所认同（魏小安，1997）。在对世界经济发达国家所做的一项“旅游支出与国民收入相比的弹性系数”分析中，越是高收入的国家，旅游需求弹性越小，都在1.3~1.9之间，说明发展到一定经济水平以后，旅游需求的必需程度将会提高（转引自黄翔、柯丹，2001）。中国经济正朝着高水平方向稳健发展，可以预期，旅游业的进一步发展是必然趋势。

二、旅游与旅游研究

任何一门像旅游规划这样的应用学科都离不开与其相关的学科，特别是基础理论学科的概念体系和基本原理的支撑。在这些相关基础学科中，旅游与游憩学科的基本概念显得尤其重要，因为旅游规划面对的首先就是何谓旅游、如何为旅游活动提供载体和途径的问题。而实际上，由于中国大陆的旅游业真正成规模地发展是在1978年改革开放之后，至今不过30年时间，旅游学与游憩学的基础理论还不够深入，有些领域甚至连初步的涉及都未达到。而国外一些较成熟的学科理论由于是在与中国非常不同的社会经济和文化背景下发展起来的，不能完全照搬照套到中国来，因此旅游规划在旅游

与游憩学科基础理论方面的支持是不足的。因此我们在讨论旅游规划的理论基础之前，有必要对与旅游规划有关的旅游与游憩科学的一些基本概念作一简单阐述或评介。

(一) 相关概念辨析：休闲、游憩、旅游与度假

1. 休闲 (Leisure)

Rapoport 等 (1975) 将休闲定义为代表个人生命线的三个平面之一 (另两个平面为家庭和工作)。距今 100 多年前, Thorstein Veblen 于 1899 年出版了《休闲阶级论》(Veblen, 1899), 该书被学术界视为现代休闲学研究的开山之作。1969 年《休闲研究学刊》(*Journal of Leisure Research*) 的首期在美国问世。从研究历史来看, 20 世纪 60 年代以前, 西方休闲研究主要关注休闲现象, 尤其是城市休闲问题, 20 世纪 60 年代后则开始转向从哲学、心理学、社会学的角度揭示休闲的本质和意义。从 20 世纪 80 年代开始, 随着休闲产业在国民经济中地位的提高, 对休闲经济和休闲产业的研究日益受到重视 (卿前龙, 2004)。Jackson 和 Burton 主编的《认识休闲与娱乐: 回顾与展望》(1990) 和《休闲研究: 21 世纪展望》(1999) 对 20 世纪以来西方在休闲研究领域所取得的成果和前沿问题进行了概括和总结, 并对当前我们面临的休闲社会进行了透视和展望。Smith (1990) 的《游憩与休闲概念词典》对本书的概念理解有很大帮助。Hemingway 和 Parr (2000) 发现, 目前休闲研究的理论与实践之间的关系还需加强, 他们从不同角度对休闲的理论 - 实际关系进行了剖析, 并强调两者之间应加强融合, 特别是在休闲对于人的发展、能力释放、专业范式等方面应该促进两者的结合。

对于现代社会来讲, 休闲是对工作的必要调节, 是人类社会的一种重要福利 (Haworth 和 Lewis, 2005)。Kelly (1996: 23) 将休闲界定为时间、活动、体验三个基本要素。苏 (中译本, 1996) 也认为, 休闲用作复数时, 是指根据个人的愿望和爱好所自由选择的活动; 用作单数时, 则相当于一种时间概念, 是一种空闲时间。正是休闲的时间意义, 有时又称为“闲暇”。对闲暇时间的研究一直是西方休闲研究中的重要内容。通过对法国人时间预算的研究, 对典型一天平均可自由支配的时间, 就业男性为 3.8 小时、就业女性为 2.8 小时、无业女性为 4.4 小时 (苏, 中译本, 1996)。虽然各个国家在休闲时间方面存在一定的差异, 但毫无疑问, 休闲已经成为具有普遍社会意义的人类发展和生活质量的大问题。吴承照 (2000) 从闲暇历史、闲暇观念、闲暇类型、闲暇经济等角度阐述了闲暇的基本理论, 还从提高居民素质的战略高度, 指出开发闲暇资源的重大意义。

表 1.1 Kelly 对休闲的定义

时 间	完成义务之后剩余的时间	休闲, 即由相对自由及对本质的满足所定义之活动品质
	自由使用	
活 动	活动的形式	
	活动的意义	
体 验	仅指态度	
	存在的状态、状况	

资料来源: Kelly, 1990: 23。

其实, 休闲是个充满矛盾的概念, 它既是一种自由, 同时也受种种限制, 英国的休闲学会研究了 10 多年, 仍然感到休闲是个悖论 (Coalter, 1988)。从西方对“tourism”的溯源来看, 它与“leisure”的关系非常密切。Crouch (1999) 将休闲和旅游看做是期望与体验之间的耦合, 强调两者正日益交织在一起; K. Butler (1995)、Shaw 和 Williams (1994) 都指出旅游和休闲的联系不可避免; Swain (1995) 认为旅游和休闲在理论上是互补的。越来越多的西方学者将旅行观光 (旅游) 视为休闲方式的一种。Moore 等 (1995) 和 Leiper (1993) 都认为旅游是休闲的一种特殊形式。Leiper (1993) 提出旅游与日常娱乐之间的区别主要在于: 旅游具有空间上的移动特征——旅游者需要离开常住地、到达目的地、离开目的地、返回常住地。Kelly (1996) 将休闲游憩方式归纳为运动和锻炼、户外游憩、休闲和艺术、流行文化和大众媒体、旅行和旅游等 5 种基本形式。

2. 游憩 (Recreation)

游憩是人们利用休闲时间, 在日常环境之外进行的旨在恢复脑力和体力、获得愉悦感受的所有活动的总称 (陈鑫峰、沈国舫, 2000)。人类在闲暇时间内的游憩活动是连续的、不可人为割裂的, Boniface 和 Cooper (1987: 2) 认为它包括从家庭内游憩、居室周围的户外游憩、社区游憩、一日游、国内旅游和国际旅游等一系列活动, 总体上构成连续的游憩活动谱 (图 1.2)。

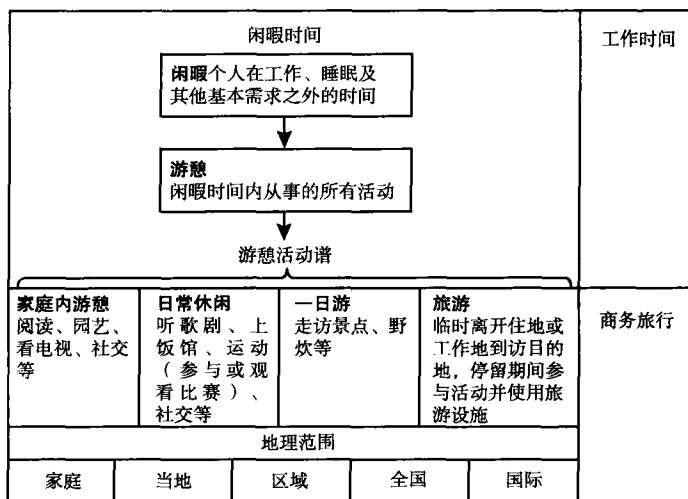


图 1.2 游憩活动谱 (据 Boniface 和 Cooper, 1987: 2)

Greben 和 Gray (转引自 Niepoth, 1983) 认为游憩是人类个体的一种感情条件, 源于对健康、自我满意度的感觉。它可以通过感情描述为控制力、成就感、快乐、认同、成功感、个人财富和愉悦。Driver 和 Tocher (转引自 Niepoth, 1983) 将游憩行为的特征总结如下: 游憩是一种从游憩参与中获得的体验; 游憩活动需要游憩者的认可 (commitment); 游憩活动是自我奖励, 在活动中或通过活动可以发现乐趣; 游憩活动

需要游憩者个人的自由选择；游憩活动发生在非强制性时间内。

吴承照（1998b：28~35）对游憩活动体系进行了阐释，他从不同的角度对游憩活动进行了分类，这些角度包括：游憩活动发生的场所（室内游憩、户外游憩）；参与人数的多少（个人游憩、群体游憩）；游憩活动的性质（体育性、娱乐性、文化性、研究性、自然性）；游憩活动的状态（静态和动态、被动和主动）；游憩活动发生的时间（日常、周末、短期、长期）；游憩活动与环境的关系（水上游憩、山地游憩、海滨游憩等）。

在西方研究者眼中，游憩与旅游相依相存。史密斯（中译本，1992）的《游憩地理学》讨论的问题大多数是旅游行为的空间分析；Dulles（1965）在其《美国人游憩史》一书中涉及了运动、剧院、矿区营地、都市娱乐、时装表演、乡村游憩、电影、汽车旅行、航空旅行等多种内容，表现了美国居民对游憩含义的广义理解。无论何种游憩行为，都需依赖于某种形式的游憩资源（Patmore，1983）。人们定义各种条件来分辨何谓旅游、何谓游憩，仅仅是为了统计上的需要和分析旅游经济影响的需要，而不是游憩者或旅游者本身的行为具有截然不同的本质特征。因此，为广大人群提供符合各种需求的旅游和游憩的吸引物、设施和服务的旅游规划，光研究“旅游”是不够的，还应该注意整个游憩活动谱上的各类游憩活动。正是从这一角度考虑，游憩规划和旅游规划就不能不考虑由于人类休闲的需要而出现的文化、艺术、图书馆、博物馆、乡村游憩、公园绿地、娱乐、体育运动、旅游等各种需求特征。一般地，人们习惯于将满足当地居民休闲需求的设施与服务称为“游憩事业”，而将提供给外来旅游者的事物称为“旅游产业”。

陶伟、胡盈盈（2005）通过对《旅游研究纪事》20余年间游憩研究文献的分析，发现20世纪80年代以来，国外对游憩领域的理论研究涉及范围较广，主要集中在理论探讨、旅游目的地和游憩影响的研究，其中游憩理论方面的研究主要包括基本概念与内涵、理论体系与相关模型、游憩性质与地位、游憩与休闲/旅游的关系等。旅游目的地的研究主要集中在游憩资源、服务、设施管理和发展等方面，而且涉及不同类型的目的地。游憩的影响研究主要涉及经济管理角度、社会文化角度以及生态环境角度等方面。游憩者研究主要包括游憩者行为和游憩偏好的研究。

“过夜游”是现代人类在闲暇时间内所“消费”的旅游产品的形式之一。但从发生的频度来讲，闲暇时间内人们更多地参与的并不是这类活动，而是包括一日游和惯常环境之内或其附近的其他休闲活动。然而由于人们过分重视旅游业在经济上的收益作用，一度仅将兴趣放在“过夜游”，特别是国际旅游之上，对蓬勃发展的国内旅游显得重视不够。

休闲、游憩和旅游三者存在千丝万缕的联系。休闲是发生在睡眠或工作后的自由时间，而游憩是在休闲中发生的活动，休闲一般比游憩的概念更宽泛（Sessoms和Henderson，1994），休闲活动泛指人们在闲暇时间内根据个人意愿来打发和消磨时间的活动，游憩可以看做是休闲的一部分。从词源和语义学角度看，“闲暇”偏时间含义，“游憩”偏闲暇时间中的活动，“旅游”则指以“旅”为手段所达成的游

憩活动（国家旅游局人事劳动教育司，1999b）。Mannell 和 Iso-Ahola（1987）认为休闲是一种主观的心理状态，“主观上指定作为非义务的、自由的或休闲的一段时间”，游憩是“个体休闲体验的一种形式”，旅游是“离开住地的游憩，是从事一种令人满意的活动，其中至少包含旅行”。

从空间范围看，休闲活动可以在住所进行，也可以在住所以外的地方进行，游憩是一种离开自己住所的活动，而旅游则是离开常住地到外地的一种活动，三者的关系为休闲包含游憩，游憩包含旅游。Carr（2002）提出了“旅游-休闲行为连续体”（tourism-leisure behavioural continuum）的概念，他通过比较人们在愉悦环境中的行为模式来观察旅游和休闲的关系，发现虽然从现象上观察，人的游憩行为有所差异，但是人们在休闲和旅游体验中的行为特点却存在某种共同性，二者并非独立现象，而是一种连续的行为领域。Warn（2002）绘制了一幅示意图以说明休闲、游憩与旅游的关系（图 1.3）。

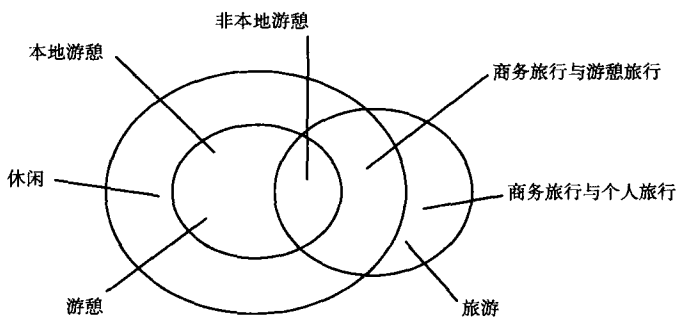


图 1.3 休闲、游憩与旅游的关系（据 Warn，2002）

3. 旅游（Tourism）

在分析了休闲和游憩的概念以后，下面将对本书最基本的核心概念进行分析——“旅游”。旅游学的研究及其理论进展显然对旅游规划有重要影响。目前最为流行的旅游定义有以下几种：一是瑞士学者汉泽尔克等提出、后为旅游科学专家国际联合会（AIEST）采用的艾斯特定义：“旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不从事任何赢利的活动。”该定义较好地把握了旅游的本质属性，但是忽略了商务旅游。二是世界旅游组织出于旅游统计的需要，在 1991 年召开的旅行与旅游国际统计会议（International Conference on Travel and Tourism Statistics）上建议采用《旅游统计推荐标准》以统一旅游的定义，根据该标准，旅游被定义为“人们为了休闲、商务和其他目的，离开他们的惯常环境，去往他处并在那里逗留连续不超过一年的活动”（WTO 和 UNSTAT，1994）。

旅游活动首先是人的活动，它广泛涉及人类学、心理学、历史学、地理学、民俗学、文化学、经济学、管理学等多学科内容，实践的现实已经要求从事旅游研究的专家学者（或者研究机构团体）必须是“通才”意义上的人文学者（戴斌，1997）。根

据旅游学产生的条件和内容，它是一门综合性的边缘学科（王德刚，1998）。西方学者也认为，尽管旅游是一个重要的研究领域，但它没有可能成为一个统一的研究领域。由于旅游是一种客观的人类活动，社会科学又各以自己的方法来研究它，至少在近期内，难以从统一学科而是从不同角度研究旅游，仍是基本趋势（Crick，1989，转引自纳什，中译本，2004：8）。

什么是旅游和旅游业的本质，许多作者提出了不同的看法，可将其归纳为经济本质论、文化本质论、仪式本质论等（Fridgen，1991）。Löfgren（1999：10、270）认为旅游的本质是旅游者追求的经历（experience），它不仅在于对风景（landscape）的追求，同时也在于对心景（mindscape）的向往。谢彦君（1998）和曹诗图等（2006）都强调旅游的本质是“审美和愉悦”。龙江智（2005）基于体验视角将旅游界定为个人以旅游场为剧场、旨在满足各种心理欲求所进行的短暂休闲体验活动，旅游区别其他游憩形式的独有属性在形式上表现为异域性，在本质上表现为寻求异于日常生活环境和氛围，能够满足愉悦、刺激、好奇、求知和审美等心理需要的体验剧场，即旅游场（tourism field）。但是，即使在强调人本主义的西方，也普遍存在着一种偏重旅游的经济属性的倾向（杜江、张凌云，2004）。

对旅游的理解目前有“大旅游”与“小旅游”之分。“大旅游”是指人类闲暇时间内从事的所有游憩活动；而“小旅游”则指外地旅游者抵达某一目的地的有过夜行为（overnight）的出游活动，有时包括符合一定的出游时间与出行距离条件的一日游活动。我们这里将旅游理解为大旅游，旅游规划也应该从大旅游的角度出发进行市场分析、资源评价、方案拟订、支持系统设置等研究工作。在一些西方作者看来，旅游规划是整个旅游研究中的重要组成部分之一。French等（2000）在其《旅游原理（第二版）》一书中，分别阐述了旅游概念、旅游业结构、旅游经济运营、旅游影响与管理四个方面的内容，而旅游规划则作为旅游管理的一个主要方面加以论述。

仅仅将旅游活动视为单纯的经济活动而忽视其社会意义，如旅游的户外教育功能，是一种片面理解。仅仅将旅游理解为产业活动是不正确的，因为这个定义贬低了旅游的真正意义（张广瑞，1996）。旅游活动是一种经济意义和社会文化意义并重的活动，不能仅仅重视其经济意义（物质意义）而忽视其社会文化意义（精神意义）。旅游作为户外教育方式，具有以下作用：第一，环境教育与自然生态系统认知，促进环保意识的进步；第二，历史文化教育与传统认知，提高人们的文化修养；第三，爱国主义教育，增强民族凝聚力和对国家的忠诚；第四，国际主义和和平教育，增加国际了解和合作，保护世界和平；第五，生理和心理培育，锻炼身体，培养意志，促进人类社会健康发展。

不同的旅游产品可以体现不同的教育功能，如观光旅游具有环境教育与历史传统教育功能，生态旅游具有环境教育、科学教育功能。旅游的户外教育依靠多种媒介支持，包括旅游解说系统（信息咨询、导引系统、牌示系统、随团导游、现场解说、专业人员讲座）、游客自助教育（自我准备过程、现场考察、游后回忆）、接待与服务设施内的信息传递、社区居民与游客的相互交流作用（主人与客人）等。

4. 度假 (Vacationing)

度假是一种越来越普遍的旅游方式，它通常是指在同一地点较长时间的滞留的旅游活动。虽然度假旅游是继观光旅游阶段之后才发展的一种出游目的，但是其产生却有很长的历史。作为少数占有社会财富的富裕阶层消磨闲暇时间的一种活动，度假在很早的时候就已经出现。如希腊在公元前就有了为满足达官巨富需要而建立的温泉浴室和相应的旅店配套设施；在古代的中国则有着许多为满足社会上层需要而建造的皇家园林或私家园林。社会性的度假行为及其与现代旅游业的紧密关系则出现在18世纪末的西方国家，在那里出现了所谓的“享乐的场所”(sites of hedonism)，有美好的周末、令人难忘的节事、家庭假日的快乐以及激动人心的冒险等(Löfgren, 1999: 6)。把度假旅游作为一项产业进行开发则是从20世纪初欧洲旅游度假区(resort)的大规模兴建开始的。度假旅游是利用假日外出而使精神和身体得到放松的康体休闲方式，是一种以消闲、健身、娱乐、社交为目的的旅游形式(Strapp, 1988)。现代意义上的度假历史已经走过了两个世纪(Löfgren, 1999: 277)。可以推知，收入水平(特别是可支配收入)与旅游方式的变化存在某种正相关关系，较低的收入对应于一般的大众观光旅游，只有较高的收入水平才能支持由观光旅游向休闲度假旅游的转化。但是由于各国各地区的物价水平差异很大，很难找到一个客观一致的数据来刻画收入与度假的关系。

为了理解旅游、度假(游憩)、运动的关系，日本学者前田豪(1992: 19)绘制了它们之间的关系框图(图1.4)。其中，旅游、运动和度假(游憩)三者都发生于闲暇时间中，具有一定程度的重叠，但在心理需求、身体需求、个性发展、健康恢复4个方面各有偏向：旅游侧重于心理需求和个性发展两方面；运动侧重于身体需求和个性发展两方面；而度假(游憩)则侧重于心理需求、身体需求和健康恢复3个方面。也就是说，度假是一种积极的休闲方式，是休闲中具有较高层次的一种活动。休闲有三类：一类叫做大闲，就是时间较长的带薪休假制度；一类叫做中闲，就是黄金周的概念；另一类就是小闲，也就是大周末。从度假角度看，度假主要对应的是中闲和大闲(魏小安, 2005)。

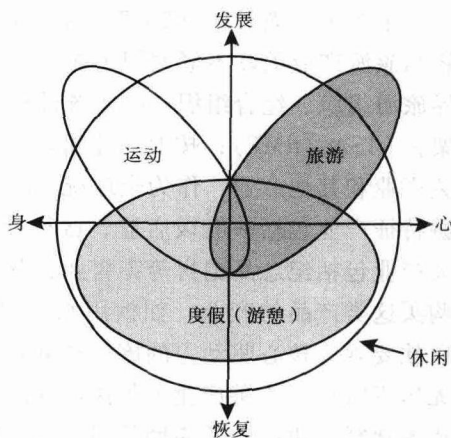


图 1.4 旅游、度假(游憩)、运动之间的关系(据前田豪, 1992: 19)

(二) 旅游产业的广泛关联性

旅游业一直被看做一个范围广、关联性强的产业。从旅游活动的经济性质来看，旅游业的产业关联度非常大，与许多其他行业的发展密切相关。旅游业的发展不仅直接给航空运输、交通部门、旅馆饭店、餐厅饮食服务、商业网点、景区景点等带来客源和市场，而且间接地带动和影响了农林牧副渔、城市建设、加工制造、文化体育等

行业的发展,甚至可能衍生出一些新的行业(国家旅游局,1999:5~6)。邓小平认为,旅游“要变成综合性的行业”(中央文献室、国家旅游局,2000:4)。Leiper(1979)认为“旅游业包括所有服务于旅游者需求的企业、组织和设施”。凡是符合满足人们旅游需求的旅游产品、旅游消费和旅游供给,都可以纳入旅游产业的范畴。国内外众多机构和学者从产品、消费和供给角度对旅游业进行定义,形成了对旅游产业范围划分的部门组成说、类型组成说、功能组成说和泛旅游产业说几种主要观点(罗明义,2007a)。

关于旅游产业的层次划分,可以归纳为两种类型,即二分法和三分法。世界旅游组织(中译本,1995)曾经建议用“旅游活动国际标准分类”(Standard International Classification of Tourist Activity, SICTA)将旅游活动划分为完全属于旅游业的产业部门和部分涉及旅游业的部门两种情况。这些活动在各行业中广泛分布,集中分布于批发、零售业,饭店和餐饮业,交通、仓储和通信业,不动产、承租及经济活动,公共管理,其他社团,社会及个人服务等商业性行业或非商业性行业中。这种划分方式比较模糊,很难把握“涉及”的程度。Smith(2000)根据企业对旅游活动的依存度将旅游产业划分为两个层次,第一层次的旅游业是指如果不存在旅游就不会存在的企业的总和,第二层次的旅游业则指如果不存在旅游就会显著衰退的企业的总和。该分类方法将那些对旅游依赖不显著的行业剔除出旅游业,较之前者范围更为明确。

宋子千、廉月娟(2007)在Smith的二分法的基础上加上一个第三层次旅游业,将与旅游产业关联不紧密但为旅游业服务的企业也纳入了旅游业的范围。2001年,世界旅游组织、经合组织、欧盟统计局等组织联合发布了《旅游卫星账户:推荐方法框架》(TSA:RMF),按照与旅游活动的关联程度将旅游业分为旅游特征产业、旅游相关产业和其他产业,作为全球统一的旅游产业统计标准(CECE等,2001)。其中,旅游特征产业包括一般饭店业、旅行社业、交通业、文化设施、休闲娱乐业等;旅游相关产业包括纪念品销售等零售业;其他产业指与旅游业关联很不明显,但旅游者需要购买这类产品的产业,如饮用水、汽油等。王慧敏(2007)提出在知识经济背景下,以软要素为核心驱动力的旅游产业边界可以无限延伸、趋于无穷,旅游产业正在进入无边界时代。旅游产业不仅深深地融入相关产业,不断衍生出新产业,还呈现出边际成本递减、边际收益递增的新经济规律。

很显然,由于旅游活动具有高度关联和复杂联系的特征,要依靠某单一学科来解决问题根本就是行不通的,因此旅游规划的编制也需要密切关注旅游业的这种联动效应,关注相关产业发展与旅游业发展之间的相互作用与影响。例如在编制《北京市旅游发展总体规划》时,调查分析发现北京市的旅游相关产业就涉及旅游产业国际标准分类(SICTA)的全部17个行业(北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心等,1999),如表1.2所示。而有的学者认为上海旅游业与96个产业后向关联,与59个产业前向关联(师守祥,2007)。

旅游产业是一个外向型产业,也是区域分工和国际分工程度较高的行业,地区与地区之间、国与国之间的关联度极高(张辉,2002)。旅游业的广泛关联性还表现在

越来越多的跨地区经营和跨国经营。因此一个地方政府是无法有效地控制产业发展的，而必须依赖区域间乃至国际间的协作。

表 1.2 旅游业的关联性：北京市旅游规划案例

农 业	游客消费的农产品、观光农业
渔 业	游客消费的渔产品、游憩性渔业
采矿采石业	玉石开采、石工艺品原材料
制造业	旅游用品、旅游娱乐设备设施、旅游商品
能源业和供水业	旅游设施、设备；游客用能源和水、水景
建筑业	商业娱乐设施、旅游区施工、宾馆建设、景区道路
批发、零售业	旅游设备用具、用品、礼品、食品
旅店餐饮服务	社会旅馆、社会餐馆、酒吧、大排档、咖啡馆
交通、仓储、通信业	旅游列车、出租汽车、航空、水上交通、邮电、通信、信息服务
金融中介业	旅行保险、外币兑换、旅行信用卡
不动产、承租与广告业	旅游物业买卖、租借；旅游设备租赁；旅游广告、市场调研、咨询
公共管理业	多项行业管理、质量监督、签证边检
教育培训业	旅游开发、管理、服务教育培训、旅游技术指导
健康及社会保障业	疗养旅游、康体休闲、保健服务
社团及个人服务业	闲暇俱乐部、娱乐活动、体育健身、美容化妆、按摩等个人服务
雇佣业	私人别墅的管理员、旅游保安雇佣
外国组织机构	国际机构代办、外事派出和进驻、商务代理

资料来源：北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心等，1999。

（三）旅游研究的综合性

1. 旅游研究与旅游学科树

从研究领域来看，旅游科学涉及众多学科和专业，这是由旅游活动涉及众多部门和具备众多特质决定的。第二次世界大战以前，国外对旅游现象的研究已经开展，但仅限于局部学科和少数学者。大规模、多学科的旅游研究出现在第二次世界大战以后。从地理和语言分布上看，国外的旅游研究起源于欧洲，以德语为主；第二次世界大战后研究的中心转向北美，英语成为主要语言（申葆嘉，1996a）。Echtner 和 Jamal（1997）通过对西方旅游研究态势的观察，注意到旅游研究的跨学科属性，并发现不同学科的研究者倾向于从本学科的角度来研究旅游现象，因此他们认为有必要建立相对独立的旅游学科。Tribe（1997）提出旅游不是一门独立学科，其研究分属旅游商务领域和非商务领域研究两大门类。对此，Leiper 并不赞同，他认为旅游研究具有成长为一门独立学科潜力（Leiper，2000）。

国际上旅游研究最具权威意义的学术刊物之一《旅游研究纪事》（*Annals of Tourism Research*）对各个时期全球范围内旅游研究的学科进展以专辑形式加以反映，申葆嘉（1996a）对该刊 1979～1993 年间曾经专辑研讨的旅游学科涉及范围进行了统计，发现其内容涉及旅游社会学、旅游地理学、国际旅游经济学、旅游社会心理学、旅游符号学、旅游人类学、旅游政治学、旅游发展史等 8 个方面，此外涉及的特定研