

周永广
●
著

旅游规划

Practice in Tourism Planning

实务



化学工业出版社

旅游规划

第二版



ISBN 7-309-05555-2

周永广 ● 著

旅游规划

Practice in Tourism Planning

实务



化学工业出版社

· 北京 ·

本书基于独特视角的理论诠释,加之创新的思维和精彩的案例,力图达到理论深度和应用广度的有机统一。全书分为三大篇。基础认知篇:概述了旅游规划的定义、类型、法律和内容,以及与旅游策划、城市规划、风景名胜区规划的异同。核心理念篇:分别从体验经济和历史文化两方面,阐明了旅游规划的蓝海与灵魂。分类规划篇:分别从经典的文化遗产旅游、宗教旅游,以及时兴的乡村旅游、旅游综合体四种类型,剖析开发现状,探讨规划要点,列举规划案例。

本书实用、有新意、有深度。可作为旅游管理、城市规划、园林设计等专业广大工作者的参考书,也可以作为《旅游规则》的课程教材。

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划实务/周永广著. —北京:化学工业出版社, 2013.2

ISBN 978-7-122-16249-6

I. ①旅… II. ①周… III. ①旅游规划 IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第002782号

责任编辑:袁海燕

文字编辑:谢蓉蓉

责任校对:宋夏

装帧设计:刘丽华

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:北京云浩印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张15 彩插16 字数371千字 2013年3月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究

前言

当代旅游业已发展成为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业，旅游业发展速度之快，产业带动能力之强，使得许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重要产业和先导产业。在 30 多年的发展历程中，中国旅游业取得了令人瞩目的成就，特别是在扩内需、调结构、保增长、惠民生方面，旅游产业发挥着举足轻重的作用。2009 年年底国家出台了《国务院关于加快发展旅游业的意见》，“要把旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”，对旅游发展提出了新任务、新要求、新内涵，促使旅游地位进一步提高，旅游功能进一步发挥，旅游效益不断显现。

旅游要发展，规划须先行。旅游规划的有无和好坏直接影响着旅游业的可持续发展，对旅游业的发展起着举足轻重的作用。旅游规划是一门年轻的学科，国外对旅游规划的研究相对比较成熟。而在我国，近些年随着旅游业的蓬勃发展，作为旅游发展指导的旅游规划的相关研究才逐步开展起来。旅游规划在市场中呈现出数量上的繁荣、质量上的欠缺等现象，产生了一大批“失灵”的旅游规划。实践证明，国内关于旅游规划的研究明显滞后于旅游规划市场的发展。本书基于独特视角的理论诠释，加之大量丰富的信息和精彩的案例，力图达到理论深度和应用广度的有机统一，成为解决旅游规划“失灵”现象的重要参考书籍。全书分为以下三大篇章。

基础认知篇：第一章概述了旅游规划的基本概念，并对旅游规划热作了冷思考。

核心理念篇：第二、三章，从体验经济和历史文化两方面，阐明了旅游规划的蓝海与灵魂，对这两点的考虑是所有类型旅游规划的根本性要求。其中第二章指出旅游规划应以体验经济为创新视角，并以日本合掌村和浙江遂昌公社为案例；第三章指出历史文化再演绎是旅游规划的灵魂，以彰显梅文化、演绎梅花精神的杭州超山北园和以牡丹亭为依托打造爱情文化的丽水湖山温泉度假村为例。

分类应用篇：第四、五、六、七章，分别从经典的文化遗产旅游、宗教旅游和时兴的乡村旅游、旅游综合体四种类型探讨规划实务。其中，第四章提出文化遗产的利用与升华，列举了京杭大运河（杭州段）和湖北襄阳古隆中—鱼梁洲汉江旅游区两则案例；第五章提出弘扬宗教文化是宗教旅游规划的根本出发点，以舟山普陀山和临安天目山为案例，以期对迷失的寺庙经济指出一条明路；第六章提出乡村旅游规划应基于真实性乡村体验，并列举了安徽黄山乡村旅游国家示范区和湖州市下渚湖国家湿地公园两则案例；第七章在旅游综合体将成为未来城市旅游主要模式的发展趋势下，精彩呈现了宁波九龙湖畔和萧山湘湖国际旅游综合体两个案例。

本书特点如下：

一是很实用。旅游规划案例学习模式恰逢其时。旅游规划的跨学科、强调应用性的特质，决定了旅游规划教材对案例的独特依赖，本书翔实地列举了多则作者身体力行的规划案例。

二是有新意。对旅游规划的一些理解独辟蹊径，如第一章中旅游规划与旅游策划、城市规划等相关概念的辨析、国内旅游规划三步曲、“潜规则”的旅游规划、微时代的旅游规划等。

三是够深度。本书对旅游规划的阐述不是停留在现象的表面论述，而是提升到体验和文化这一深层次的创造性核心理念，打破了传统旅游规划的编制套路，理论与实践“双管齐下”、相得益彰。

本书可以作为旅游管理、城市规划、园林设计等专业广大工作者的参考书，也可以作为《旅游规划》的课程教材。

著者

2012年12月

目 录

❖ 第一章	旅游规划的概述	1
第一节	旅游规划的基础认知	1
一、	旅游规划的概念	1
(一)	旅游规划的定义	1
(二)	旅游规划的类型	2
(三)	旅游规划的法规	3
二、	旅游规划的内容	5
(一)	国外旅游规划	5
(二)	国内旅游规划	6
三、	旅游规划与旅游策划、城市规划、风景区规划的关系	12
(一)	旅游策划为旅游规划“补钙”	12
(二)	旅游规划为城市规划“点睛”	12
(三)	风景区规划为旅游规划“铺路”	14
第二节	旅游规划热的冷思考	16
一、	穿越时空的旅游规划	16
(一)	国外旅游规划“成长史”	16
(二)	国内旅游规划“三步曲”	18
二、“潜规则”的旅游规划		24
(一)	从委托方的角度看	24
(二)	从编制方的角度看	26
(三)	从评审方的角度看	28
三、	微时代的旅游规划	30
(一)	微托邦旅游规划	30
(二)	可逆式旅游规划	31
(三)	后现代旅游规划	32
❖ 第二章	体验经济，旅游规划的蓝海	34
第一节	旅游规划的实质：挖掘体验经济	34
一、	旅游业将是体验经济的时代先锋	34

(一) 体验经济, 全球第四次浪潮	34
(二) 旅游体验, 工业做法行不通	37
二、旅游规划的创新视角: 体验式旅游	40
(一) 体验式旅游, 旅游业发展的蓝海	40
(二) 体验式旅游规划, 空间创新和界面设计	44
第二节 体验式旅游规划实务	51
一、体验式旅游规划要旨	51
(一) 研究市场前瞻性	51
(二) 注重情景规划	51
(三) 打造体验服务	52
(四) 设计体验性纪念品	52
二、基于体验经济视角的旅游规划案例	52
(一) 日本合掌村: 村落文化体验	52
(二) 遂昌公社: 公社文化体验	54
 ❖ 第三章 历史文化再演绎, 旅游规划的灵魂	61
第一节 历史文化再演绎, 让沉睡的文化复活	61
一、当文化复兴遇见旅游	61
(一) 文化复兴, 势在必行	61
(二) 历史文化旅游, 应运而生	63
二、历史文化再演绎	65
(一) 历史文化再演绎概念	65
(二) 历史文化再演绎手法	66
(三) 案例: 江苏常州春秋淹城旅游区	68
第二节 历史文化再演绎视角下的旅游规划实务	68
一、历史文化再演绎旅游规划要旨	69
(一) 基础分析, 整体把握	69
(二) 深入剖析, 提炼特色	69
(三) 追根溯源, 设置角色	69
(四) 凝练主题, 深度体验	69
(五) 设计场景, 营造氛围	70
(六) 营销主打, 话题制造	70
二、基于历史文化再演绎视角的旅游规划案例	70
(一) 杭州超山北园: 梅花精神的演绎	70
(二) 遂昌湖山温泉度假村: 牡丹亭折射的爱情文化	81
 ❖ 第四章 文化遗产旅游, 永不落幕的精神之旅	89
第一节 文化遗产旅游概述	89
一、文化遗产旅游的概念	89

(一) 遗产与遗产旅游	89
(二) 文化遗产与文化遗产旅游	91
二、文化遗产旅游开发模式	93
(一) 文化遗产旅游开发的困境和要求	93
(二) 文化遗产旅游的现有开发模式	95
(三) 文化遗产旅游的创新开发模式	97
第二节 文化遗产旅游规划实务	98
一、文化遗产旅游规划要旨	98
(一) 基于“原真性”，提炼主题，构造情境主线	98
(二) 创设体验情境，营造体验“气场”	98
(三) 勾勒独特情境，创新项目设计	98
(四) 创新旅游商品创意与销售情境，深化文化遗产体验	98
二、基于文化遗产再利用的旅游规划案例	99
(一) 京杭大运河（杭州段）：流动的中华文明、休闲的天堂画卷	99
(二) 襄阳城区旅游：英雄城市，智慧襄阳	109
 ❖ 第五章 宗教旅游，让心灵不再迷失	121
第一节 宗教旅游概述	121
一、宗教旅游的概念	121
(一) 宗教与旅游	121
(二) 宗教旅游	122
二、宗教旅游发展概况	124
(一) 宗教旅游的现状	124
(二) 宗教旅游的异化	126
第二节 宗教旅游规划实务	128
一、宗教旅游规划要旨	128
(一) 规划理念	128
(二) 规划要旨	130
二、基于弘扬宗教文化的旅游规划案例	131
(一) 舟山普陀山：弘扬观音文化，打造“看得见的心灵之旅”	131
(二) 临安天目山：弘扬禅宗文化，开发“千年禅道之旅”	136
 ❖ 第六章 乡村旅游，生态乌托邦之旅	145
第一节 乡村旅游概述	145
一、乡村旅游发展的概况	145
(一) 国外乡村旅游	145
(二) 国内乡村旅游	146
二、乡村旅游开发的窘境	148
(一) 乡村旅游开发的弊端	149

(二) 经营模式中的问题	150
三、乡村旅游的“命根子”	151
(一) 乡村性	151
(二) 真实性	152
(三) 乡村旅游的“真实性”与“乡村性”	153
第二节 乡村旅游规划实务	153
一、乡村旅游规划要旨	154
(一) 乡村性、真实性、体验性的融合	154
(二) 整体化开发, 主题化发展	154
(三) 走内生式发展道路, 强化组织机制创新	155
(四) 土地利用方式创新	156
二、基于真实性乡村体验的乡村旅游规划案例	157
(一) 黄山市乡村旅游国家示范区: 国际化乡村	157
(二) 湖州市下渚湖国家湿地公园: 国家级湿地	171
 第七章 城市旅游综合体, 地产与旅游的完美联姻	182
第一节 城市旅游综合体的兴起	182
一、城市旅游发展概况	182
(一) 城市旅游的快速发展	182
(二) 城市旅游发展的反思	183
(三) 旅游综合体——未来城市旅游的主要模式	183
二、旅游综合体的概念	185
(一) 旅游综合体的定义	185
(二) 旅游综合体的本质: 土地综合开发利用	185
(三) 旅游综合体的类型	185
(四) 旅游综合体的作用	186
三、类似概念的区别分析	186
(一) 旅游综合体与旅游产业集群	186
(二) 旅游综合体与旅游房地产	187
第二节 城市旅游综合体规划实务	187
一、规划要旨	188
(一) 规划理念	188
(二) 规划阶段性要点	189
(三) 规划总体性要点: 既要有创意, 还要能落地	191
二、基于土地综合利用的旅游综合体规划案例	192
(一) 宁波九龙湖畔: 生活的禅意, 人生的真意	192
(二) 萧山湘湖国际旅游综合体: 人文湘湖, 度假天堂	203
 参考文献	228
 后记	231

第一章

旅游规划的概述

旅游规划是旅游业发展的蓝图和纲领，是促进旅游业健康发展的重要条件。随着旅游业在吸纳就业、调整产业结构、带动区域经济发展等诸多方面的作用日益凸显，旅游规划呈现出蓬勃发展的趋势。然而，旅游规划无论是作为一门学科还是作为一个行业都显示出其稚嫩的一面。本章从旅游规划的基础认知入手，辨析相关概念、明晰规划内容，然后从国内外旅游规划发展历程、现存问题、发展趋势三个方面对旅游规划热进行了冷思考。

第一节 旅游规划的基础认知

我国旅游业的兴起，催热了旅游规划工作，并以燎原之势，掀起了规划热潮。本节将阐述旅游规划的基础知识，通过对旅游规划的定义、类型、法规、内容及旅游规划与旅游策划、城市规划、风景名胜区规划异同点的学习，树立旅游规划意识，为旅游规划的思考和案例学习奠定扎实基础。

一、旅游规划的概念

（一）旅游规划的定义

1. 典型定义

规划是对未来活动或发展方案的系统筹划过程，一般具有两种含义：一是描绘未来，是人们根据现在的认识对未来目标的发展状态的构想；二是行动决策，是为了实现未来发展目标或愿景而制订的一系列行动步骤和计划^[1]。

规划是一种理性的思考、一种智慧的凝结、一种科学的安排。旅游规划是规划的一种。Gunn (1979) 认为，旅游规划是经过一系列选择决定适合未来行动动态的、反馈的过程，未来行动不仅指政策的制定，更主要是目标的实现^[2]；Getz (1986) 则认为，旅游规划是在调查研究与评价的基础上，寻求旅游业对人类福利及环境质量最优贡献的过程^[3]；Inskip (2004) 强调旅游规划既是一门科学也是一门艺术，是一种持续的、增长性的、系统的、综合关联的、具有环境意识的、强调可持续性和社区参与的概念^[4]。

国内学者对旅游规划的几个较为典型的定义见表 1-1。

表 1-1 国内学者对旅游规划的经典定义

作者(时间)	定 义
郭来喜 (2000)	旅游规划是一门新兴的组织和美化人类户外闲暇生活的策划与艺术创作相兼容的科学,土地利用是旅游规划的空间载体 ^[5]
曹诗图 (2007)	旅游规划是以旅游市场为导向,以旅游项目设计为重点,按照社会经济发展的要求,根据当地的旅游业发展条件(如资源、区位、交通、市场、经济基础等),对旅游业(旅游消费的行、游、住、吃、购、娱六大元素发展及相关产业)进行科学安排与部署 ^[6]
冯学钢 (2011)	旅游规划是根据规划对象的特性,结合旅游市场的需求,筹划未来旅游发展蓝图,并对整个旅游系统进行优化配置和科学部署的行动计划 ^[7]

2. 本书定义

旅游是为了寻求差异,体验另一种生活和文化。换言之,旅游的本质在于“对异域另一种生活状态短暂体验的追求”。基于对这一本质的认识,笔者认为,旅游规划是指在旅游地资源特性的现实基础上,为旅游者创造另一种生活状态的短暂体验,及满足当地居民、旅游开发商、当地政府等利益相关者的需求,形成一定的价值评判,描绘未来旅游发展蓝图,并研究其实现途径的动态过程。其内涵包括以下几点:

- (1) 旅游规划的现实基础是旅游地资源属性、特色和旅游地发展规律;
- (2) 旅游规划的根本目的是“以人为本”来满足人的精神和文化需求;
- (3) 旅游规划必须体现旅游开发商和当地政府等相关利益主体的需求;
- (4) 旅游规划必须顾及旅游地居民利益的实现与旅游发展之间的融合;
- (5) 旅游规划实质是选择和决定合适行动方针的动态性、过程性规划。

(二) 旅游规划的类型

基于地域和阶段上的差别,以及编制旅游规划的机构性质和专业特长的差异,旅游规划表现出不同的类型。综合国内外具有代表性、权威性的观点,笔者认为,旅游规划主要存在以下几种分类:

1. 因斯基普对旅游规划的分类

1991年,因斯基普(E·Inskip·美)提出以城市空间层次为划分标准,将旅游规划分为以下几种类型,这有利于规划的控制作用,从宏观到微观涵盖与旅游有关的全部空间范围^[8]。

- 国际旅游规划
- 国内(区域)旅游规划
- 旅游地(如城市或度假区等)土地利用规划
- 旅游设施的场址规划
- 建筑、景观及工程设计

2. 冈恩对旅游规划的分类

冈恩(C. A. Gunn·美)1979年、1988年、1994年多次在论著中提出旅游规划的类型:

- 区域规划
- 目的地规划
- 场址规划

这种类型结构表面上看是一种简单的空间划分,但本质上是以地域规模和性质差异为划分依据,这种划分蕴含着城市空间层次的三种主要规划类型:区域规划、总体规划和详细规

划。其优点在于可以以规划的技术方法为依据,反映规划技术的内在规律。

3. 国家旅游局对旅游规划的分类

- ┌ 旅游发展规划(全国旅游业发展规划、区域旅游业发展规划和地方旅游业发展规划)
- └ 旅游区规划(旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划、旅游区修建性详细规划)

国家旅游局发布的《旅游规划通则》两种划分的基本观点都是“发展、建设二分法”,其优点在于将旅游规划分为以社会经济规划为主体和以工程建设为主体两大片,客观反映了两大知识群体及其技术背景的区分,反映出中国旅游规划目前基本分立、尚未联合的客观现状。

(三) 旅游规划的法规

随着旅游产业的发展、行业管理的强化、产业素质的提高、旅游市场的培育,特别是《旅游发展规划管理办法》、《旅游规划通则》、《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》等旅游法规性文件的颁布,旅游规划业务市场化运作的启动,旅游规划单位正在逐步走向市场化、企业化。这三个文件的颁布施行,使旅游规划工作:一有综合性规范,二有对事物本身及规划内容的规范,三有对规划单位的规范,确立了旅游规划较为全面的规范体系。

1. 《旅游发展规划管理办法》

2000年11月,国家旅游局颁布了《旅游发展规划管理办法》(以下简称《办法》),共分五章二十七条。《办法》的实施,从部门规章的高度规范了旅游发展规划的定义、类别/范围、规划的编制、审批程序与实施等环节。《办法》对旅游发展规划作出了明确界定,即“旅游发展规划是根据旅游业的历史、现状和市场要素的变化所制定的目标体系,以及为实现目标体系在特定的发展条件下对旅游发展的要素所作的安排”;旅游发展规划按照范围划分为全国旅游发展规划、跨省级区域旅游发展规划和地方旅游发展规划;在管理职能的归属设置上,国家旅游局负责全国的旅游发展规划管理工作,地方各级旅游局负责本行政区域内的旅游发展规划管理工作,实行分级制定和审批制度。国家旅游局对编制旅游发展规划的单位进行资质认定,并予以公告。此外,《办法》还标明编制旅游开发建设规划应当服从旅游发展规划;旅游资源的开发和旅游项目建设应当符合旅游发展规划。

2. 《旅游规划通则》(GB/T 18971—2003)

2003年国家旅游局颁布的《旅游规划通则》,进一步明确了旅游区、旅游客源市场、旅游资源、旅游产品、旅游容量的定义,规定了旅游规划编制的原则、程序和内容以及评审的方式,提出了旅游规划编制人员和评审人员的组成和素质要求。《旅游规划通则》中对于旅游规划类型的界定,借鉴了建设部的《城市规划编制办法》中的“先是城市总规;再是分区规划;然后分区的总体规划、控制性详规和修建性详规”,将旅游规划分为“旅游发展规划和旅游区规划;旅游区规划又按层次分为总体规划、控制性详细规划和修建性详细规划等”。但是《城市规划编制办法》中的关于城市总体规划及分区规划的阐述都是针对用地而言的,并且总体规划与分区规划有一个前后衔接的层次关系,使得《城市规划编制办法》在实践应用中显得合理而又严谨,可操作性很强。而《旅游规划通则》只是在形式上借鉴了《城市规划编制办法》中的分类方法,并试图在内容的界定和阐述上也和《城市规划编制办法》靠拢。但是从本质上说,《旅游规划通则》中的编制条目和用地针对性关系不强,这也使得按照《旅游规划通则》编制出来的旅游规划在指导实际的开发建设时显得有些不力。

3. 《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》

2000年11月22日,国家旅游局颁布的《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》,对规范旅游规划设计行业,加强对旅游规划设计单位的管理,提高旅游规划设计质量,保障委托方和受委托方的合法权益,促进旅游业长远发展发挥了重要作用。该办法提出,要根据旅游规划设计单位的设计技术力量、人员素质及以往工作业绩和注册资金等因素,将其资质划分为甲、乙、丙3个级别,并规定凡是参与旅游景区规划设计的单位必须具有一定资质等级,实行规划设计人员统一备案、规划单位资质2年审核一次的管理办法。2002年开始正式启动旅游规划设计单位的资质认定工作,产生了首批9家甲级旅游规划设计单位和35家乙级旅游规划设计单位,标志着国家管理机构对旅游规划提供方提出了具体的要求标准和管理方法,旅游规划开始向规范有序的方向发展;与此同时,政府、企业与规划编制单位和机构之间开始形成了良好的互动与约束机制,这对于我国旅游规划与开发的发展具有重要的意义,也是我国旅游规划与开发迈向市场化和国际化的重要一步。

4. 《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)

2003年国家旅游局颁布的《旅游资源分类、调查与评价》,明确界定了旅游资源的类型体系、调查规范和评价方法等实用技术路线;为便于应用,对旅游资源类型的释义也作了简要说明。总体而言,这是一部内容全面、技术规范、便于操作、应用性较强的技术标准。

但是这一技术标准在旅游资源分类和评价方法上仍然存在不足,对个别旅游资源类型的释义也不够准确,各地在应用的过程中也发现了一些问题。以旅游资源分类结构为例,标准中将旅游资源分为8主类、31亚类、155基本类型,但个别地方仍存在概念模糊、类型缺项、细分不够等问题。总的来说,《旅游资源分类、调查与评价》比较适用于省域、地级市域等面积较大、资源类型相对丰富的区域,而对于一些面积不大、资源相似度较高的旅游地来说,却因资源类型细分不够而不太适用。此外,该标准是对旅游资源的客观评价,但是对于具体的旅游开发来说,旅游资源的客观价值与其开发价值不一定具有一致性,因此这种资源的分类、调查与评价结果并不一定能直接应用于旅游规划中,确定旅游资源的开发重点比确定旅游资源的等级更加重要。

5. 《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(修订)(GB/T 17775—2003)

2003年国家颁布的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(修订)是在1999年制定的标准上修订完成的,主要是针对旅游景区的开发建设作出评级,旨在加强旅游景区的管理,提高旅游景区的服务质量。该标准从旅游区的旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电服务、旅游购物、经营管理、资源和环境保护、旅游资源吸引力、市场吸引力、接待旅游者数量以及抽样调查满意度等方面对旅游区等级如何划分作出了界定。1999年的标准将全国适用于接待海内外旅游者的各种类型的旅游区(点),包括以自然景观和人文景观为主的旅游区(点),划分为AAAA-A级;相比之下,2003年修订的标准中增加了AAAAA级。

6. 《旅游厕所质量等级的划分与评定》(GB/T 18973—2003)

2003年国家颁布的《旅游厕所质量等级的划分与评定》,规范了我国旅游厕所建设和管理,提高旅游厕所建设和管理水平,更好地为国内外旅游者提供服务,保护自然生态,优化旅游环境,提升旅游形象,提倡文明用厕。

此外,1996年1月原林业部批准实施的《森林公园总体设计规范》(LYPT5132—1995)和1999年建设部批准实施的《风景名胜区规划规范》(GB 50298—1999),使森林公园和风景名胜区的规划有了规范和标准,推动了我国风景名胜区和森林公园的旅游规划工作。

总的来说,《旅游发展规划管理办法》偏重于从总体层面对旅游规划进行控制,对旅游规划的级别、编制组织主体及审批条件进行了规定,虽然其中也涉及旅游规划的编制内容,但是过于笼统、弹性大,不能很好地指导实际的规划编制;《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》是对规划设计人员的规范,能在一定程度上保证旅游规划的质量;《旅游规划通则》算是目前相对比较全面的行业规范,对旅游规划的基本概念、编制要求、编制程序以及编制内容都作出了阐述,但是仅就其中的旅游规划编制内容而言,这样的阐述比较偏原则性,因此在实际操作中还是显得有些不足;《旅游资源分类、调查与评价》是在编制旅游规划中用得最多的标准,但是在实际操作中发现现行的分类标准一方面不能涵盖所有的资源类型,另一方面显得分类过于狭窄和专业,偏学术研究型;而《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(修订)和《旅游厕所质量等级的划分与评定》仅可以作为旅游规划编制时的一种参考,特别是针对旅游区或者旅游点的详细规划设计时,这两个规范可以作为一个设计方向。因此,即使存在上述标准,旅游规划的成果还是会出现多种多样的形式。

二、旅游规划的内容

(一) 国外旅游规划

国外旅游规划,在不同国家和地区的规划文本中所体现的内容不尽相同,各有侧重点和特色。就其基本内容而言,主要包括“规划愿景”、“开发目标”、“旅游发展环境”、“旅游资源及其发展潜力”、“项目设计”、“旅游者调查与市场营销”、“保护区的设定”和“组织建设与政策保障”等。下面以部分国家旅游规划为例。

1. 《(新西兰)科罗曼德尔(Coromandel)地区旅游发展规划》^[9]

主要包括以下三部分内容:第一部分是本地区的旅游愿景。这部分提出了要实现从经济发展到资源保护和现有生活价值等目标之间的平衡。其中提出要保留8个旅游者体验区域:风景优美的海岸线、海洋运动场所、闲适的生活方式、特殊的社会特征、森林和火山地形、探险的氛围、小尺度旅游、毛利人文化和遗产体验。第二部分是具体的旅游目标。明确了自规划之日起5~25年之内参与的旅游者目标数量,包括国内和国际市场的增长(包括预期的旅游者消费额和就业量)。第三部分是有关问题。科罗曼德尔地区的旅游部门由于没有足够的权力进行具体的旅游开发(其首要任务是领导、发起、指引和实现可持续旅游的增长目标),因而需要专门指定公共部门或私营部门来实施。

需要指出的是,该规划是亚太旅游组织专家们在经过深入调研后提出的一份重要报告(其中为旅游发展提出了一个包括43条具体建议的大纲)的基础上所制订出来的。报告强调需要建立一个核心的旅游组织来引导这个旅游目的地的旅游开发。此后,专家组又对旅游吸引物进行了详尽的调查和潜力分析,并经过20场公开会议的讨论,对资源信息进行了充分的研究,以及与哈拉基(Hanraki)地方政府的协作,最终才将规划的具体内容确定下来。

2. 《南澳大利亚旅游规划(2003—2008)》^[10]

该规划文本内容相对更全面、更有系统性。从大的方面来看,其中包括“引言”、“实施概要”、“展望”、“机遇”、“目标市场”、“定位和品牌”、“行业挑战”、“形象”、“旅游的可持续发展”、“规划目标与措施”、“实施”、“行业监管”等部分;从小的方面来看,每一大项中又分若干小项,乃至更小项,其中“实施概要”包括“愿景目标”及其“必要条件”、“驱动力”、“战略目标”和“措施”,以及“实施”与“效果”等;而“驱动力”则来源于“附加

值”、“品牌 and 分化”、“目标市场”、“创新与竞争”和“知识技能与处理问题的能力”5个方面,其下又都分别包含着“终极目标”(总体目标)和“阶段性目标”(概念性目标和实施措施)等内容;关于规划的实施问题,则需通过建立“强有力的伙伴关系”、“问责制”和“持续完善机制”来实现,以此“增加就业机会,改善社区设施和服务,提高环境的可持续利用率以增加人们的旅游经验”。由此可见,澳大利亚的旅游规划做得非常细致、具体,涵盖了相当多的内容。

3. 《(坦桑尼亚)桑给巴尔旅游规划报告》^[11]

与上述规划相比,该规划所包含的内容则相对广泛,其中包括旅游业的环境、旅游资源、交通、旅游设施及服务、市场调研、旅游业策略和结构计划、旅游计划、发展指南、环境质量、社会文化因素、人员需求和培训计划、市场营销计划、发展计划、经济效益、可行性分析、旅游组织、计划的执行等。

(二) 国内旅游规划

旅游规划的立足点是为了能够满足旅游规划对象发展的诉求、前瞻性的发展战略、明晰化的旅游发展定位、条理化的空间发展方向、创新性的旅游产品策略、导向型的市场营销方案和实效性的保障及运营体系等多个角度构建出旅游规划的基本框架体系。

1. 旅游资源调查与评价

(1) 旅游资源调查

旅游资源调查是对旅游资源进行勘测、分析和整理的综合过程,其目的是查明可供旅游发展利用的旅游资源现状,从而全面系统地掌握旅游资源的类型、数量、规模、特点、质量等,并且为旅游资源的评价和规划做准备,这也是旅游资源开发的基础。旅游资源调查一般包括以下内容。

① 旅游资源的类型 一般按照国家旅游局2003年5月1日颁布的《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)对旅游资源进行分类调查、对各类旅游资源的类型分布予以汇总。

② 旅游资源的规模与特征 旅游资源的规模和特征对旅游资源的吸引力和旅游资源的开发潜力有较大的影响。旅游资源规模的调查内容包括资源类型的数量、密度、地域组合、分布范围和面积等。旅游资源的特征是对旅游资源特色的呈现现状或者隐性特征的陈述性描述,包括其美学特征、历史文化性、科学性、奇特性和资源品位等。

③ 开发现状调查 旅游资源按开发程度可分为已开发旅游资源、待开发旅游资源和潜在旅游资源三种形态。调查开发现状包括旅游资源现在的开发状况、项目、类型、时间、季节、旅游人次、旅游收入、消费水平以及周边地区同类旅游资源的开发比较、开发计划等。

④ 环境质量 地质地理背景;大气、水体质量;土壤、植被类型及其分布;野生动物类型及其分布;其他自然和人为灾害、地方流行病情况等;环境质量的综合评定。

⑤ 旅游活动条件 位置、距离、交通等区位因素;生活服务设施、公用设施;当地的经济状况、接待条件及依托城市状况等;旅游业发展现状和发展条件。

(2) 旅游资源评价

旅游资源评价内容主要涉及资源特点、资源环境及开发条件三个方面^[12]。

① 旅游资源特点的评价

a. 旅游资源特色。“特色”是旅游资源吸引旅游者出游的关键性因素,是旅游资源开发

的灵魂。通过旅游资源的比较研究,寻找出旅游资源的特色。它为旅游资源的开发方向定位和具体旅游项目的设计提供了依据。

b. 旅游资源的价值与功能。拥有观赏、历史、文化、科学、经济和社会等价值的旅游资源,一般均具有观光、度假、健身、商务、探险、科考、娱乐等旅游功能,据此可决定其功能导向和开发方式。

c. 旅游资源的结构和规模。一些孤立旅游景观,即使有特色、价值很高、功能也多,但仅依赖此效益并不易形成综合优势。只有在一定地域和时间内,多种类型旅游资源的协调布局和组合,形成一定规模的旅游资源协同结构,才能形成一定的开发规模效应,获得较高开发效益。故旅游资源的结构和规模应是其评价不可缺少的内容之一。

② 旅游资源环境的评价

a. 旅游自然环境。旅游自然环境指调查区内的地质、地貌、气象、水文、生物等组成的自然环境。旅游自然环境对旅游资源的质量、时间节律和开发有着直接的决定作用。

b. 旅游社会环境。旅游社会环境指旅游资源所在区域的政治局势、社会治安、医疗保健和当地居民对旅游的认识等条件。

c. 旅游经济环境。旅游经济环境指能够满足旅游者开展旅游活动的一切外部经济条件,包括交通、水电、邮电通信、各种档次的食宿服务和其他旅游接待设施。

d. 旅游环境容量。旅游环境容量指调查区在一定的时间内旅游资源及自然、社会、经济环境,在不影响旅游活动和旅游业持续发展的基础上,所能容纳旅游者的限定数量即环境阈值。超出此数量,旅游活动的质量就会下降,旅游资源及其环境就会受到破坏。旅游环境容量可细分为旅游资源容量、旅游自然环境容量、旅游社会环境容量、旅游经济环境容量等。

③ 旅游资源开发条件的评价

a. 区位条件。区位条件包括旅游资源所在地区的地理位置、交通条件及与周围旅游区的空间关系。特殊地理位置可相应增加其旅游吸引力,旅游的交通区位条件也决定了旅游区的可进入性和旅游资源开发的难易程度。调查区周围若配合有名山、名湖、名城等旅游热点,则有利于资源的联片和成规模开发。

b. 客源条件。客源数量直接关联经济效益,没有一定量的旅游者则旅游资源的开发难以产生良好的效益。客源存在时空变化,在时间上,客源的不均匀分布形成旅游的淡旺季,这与当地气候季节变化有一定的关系;在空间上,客源的分布半径及其密度,由旅游资源的吸引力和社会经济环境决定,旅游资源特色强、规模大、社会和经济接待环境好的旅游区,其客源范围和数量都极为可观,相应的旅游综合经济效益也高。

c. 投资条件。旅游资源的开发需要大量资金的持续支持,调查区社会环境、经济发展战略以及给予投资者的优惠政策等因素都直接影响投资开发决策。为此,必须认真研究既能使旅游区得到实惠,又能给予投资者较优惠的地区政策环境,以便推动旅游资源的可持续开发。

d. 施工条件。旅游资源开发项目还必须考虑其工程量的大小和难易程度,首先是工程建设的自然基础条件,如地质地貌、水文气候等条件;其次是建设供应条件,包括设备建材、食品等。对开发施工方案不仅需进行充分技术论证,同时需考虑经费、时间的投入与效益的关系,以确定合理的开发施工方案。最后是开发的现有条件,有的调查区旅游资源已具有一定程度的开发利用基础,评价时应注意总结其开发过程中的成功经验和失败教训,找出