

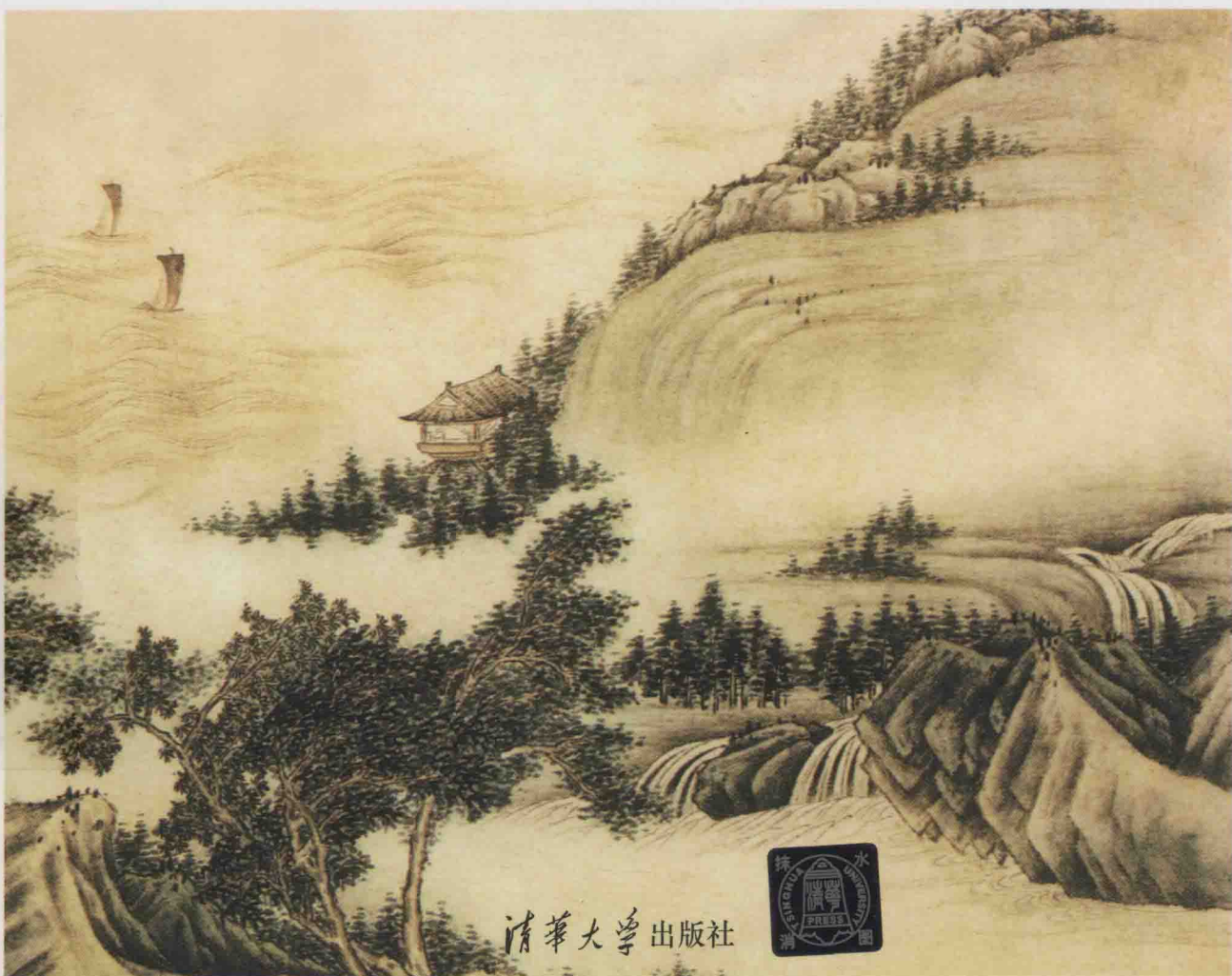
经济管理精品教材
旅游管理系列

21
世纪

Tourism Resources Planning and Development

旅游资源规划 与开发

魏敏◎编著



清华大学出版社



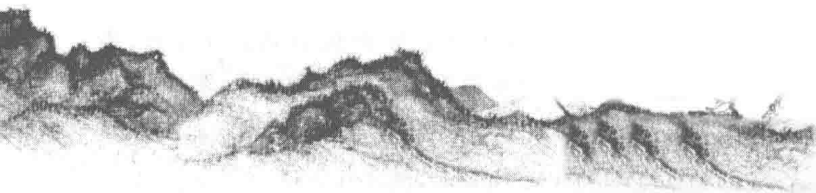
经济管理精品教材
旅游管理系列

21
世纪

Tourism Resources Planning and Development

旅游资源规划 与开发

魏敏◎编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书以旅游资源为核心,以资源调查—产品开发—旅游规划—资源管理为主线,勾画出旅游资源规划与开发的基本框架。本书阐述了旅游资源的基本特征,基本类型及其成因,旅游资源分类体系,并在此基础上对旅游资源的调查和评价方法进行了介绍。然后概述了旅游资源规划与开发的基本理论,为旅游开发从资源走向产品奠定了理论基础。同时对旅游产品的开发和市场营销进行分析,并介绍了旅游资源的开发目标、原则、基本内容和途径。最后讨论了旅游资源的开发管理。

全书既注重旅游资源开发的整体性与理论体系,也强调实际案例的指导作用,文字表达简明扼要,图表说明清晰丰富,使读者能较好地掌握旅游资源规划与开发的基本理论和方法,并用于实际工作。本书适合高等学校旅游管理、地理等专业的教学之用,也可供旅游景区开发与管理人员参考使用,并可供对旅游资源规划与开发有兴趣的人士参考阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源规划与开发/魏敏编著. —北京:清华大学出版社,2017
(21世纪经济管理精品教材·旅游管理系列)
ISBN 978-7-302-47202-5

I. ①旅… II. ①魏… III. ①旅游资源—旅游规划—高等学校—教材 ②旅游资源开发—高等学校—教材 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 102389 号

责任编辑:陆滢晨

封面设计:李召霞

责任校对:宋玉莲

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.75 字 数:451千字

版 次:2017年5月第1版 印 次:2017年5月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:45.00元

产品编号:054113-01



前言

随着世界经济全球化,旅游业逐渐成为许多国家和地区的核心支柱。我国旅游业已跻身全球旅游大国行列,在2012年首次成为世界第一大出境旅游消费国,并继续保持世界第三大入境旅游接待国地位。2013年2月公布的《国民旅游休闲纲要》和同年10月实施的《中华人民共和国旅游法》,2015年以来,新的热点不断凸显,行业变化持续进行。国家旅游局局长李金早在2017年全国旅游工作会议的工作报告中对“在着力加强旅游数据中心建设,提升旅游信息化水平”等工作进行战略部署。借助于旅游大数据,相关部门更加准确地了解了旅游市场动态,掌握了游客需求,对于制定旅游规划、整合旅游资源、提高服务质量起到了支撑作用,从而真正推动区域旅游资源开发和全域旅游的发展。

旅游资源是旅游业发展的前提与基础,也是旅游规划的先决条件。新的时代特点和政策环境对旅游资源规划与开发提出了新的要求,而旅游业能否实现全面协调可持续发展,旅游资源的规划与开发是其关键问题之一。我国丰富的自然、人文旅游资源为旅游业的发展注入了活力。改革开放30多年来,我国的旅游资源规划与开发取得了巨大成就。截至2016年,我国共有50处世界遗产和131座国家历史文化名城,世界遗产数量位居全球第二(意大利拥有51处世界遗产位居全球第一)。因此,我国作为国际著名旅游目的地的地位已经初步奠定。

旅游资源规划与开发是旅游管理学科的重要内容,科学的旅游规划是旅游开发的理论依据,是实现旅游资源有效利用和可持续开发的基本条件。广大学者在旅游资源分类、调查、评价、规划、开发、管理等诸多领域展开了有益探讨,也为本书的编写提供了坚实的理论支撑。本书较为系统、全面地总结和论述了旅游资源规划与开发的理论,以期更好地指导旅游规划实践,实现旅游资源的科学开发。本书一共有十章,即绪论、旅游资源分类、旅游资源调查与评价、旅游资源开发与保护、旅游规划理论与方法、旅游规划与开发的导向模式、旅游规划的实践、专项旅游开发、旅游规划设计、旅游规划与开发新视角。全书紧紧围绕旅游专业本科及研究生人才培养的目标和需要,以提高学生整体素质为根本出发点,注重知识格局的科学性与实用性。同时,全书

图文并茂,资料新颖,紧密结合相关案例进行研究。此外,对部分章节中热点问题的相关研究进展和成果进行了整理撰写,方便读者了解旅游资源规划与开发领域的研究现状与趋势。

本书的出版得到清华大学出版社陆滢晨老师的大力支持和帮助,在此表示深深的敬意和诚挚的谢意。同时,感谢参加本书编写工作的池凤莲、杨瑞瑞、丁玲、周静。另外,在本书撰写过程中,笔者参引了许多学者的研究成果,在本书的最后列出了主要的参考文献,在此对他们表示衷心的感谢。

由于笔者水平和时间有限,本书难免有不足和疏漏之处,恳请各位同人和读者批评指正,我们将虚心、诚恳地接受批评,并进一步修订和完善。

魏 敏

2017年3月9日于厦门



第一章 绪论	1
第一节 研究对象和内容	1
一、旅游资源的自然环境与历史背景	1
二、旅游资源的特征与分类	1
三、旅游资源的调查和评价	2
四、旅游资源的开发战略	2
五、旅游资源的保护政策	2
六、旅游空间的合理布局	3
第二节 研究目标和意义	4
一、研究目标	4
二、研究意义	5
第三节 研究方法	9
一、统计分析	9
二、实地调研	9
三、社会调查	9
四、历史分析	10
五、比较研究	10
六、遥感技术	10
第四节 相关学科的关系	10
一、旅游资源学	11
二、旅游学	11
三、旅游地理学	11
四、旅游经济学	12
五、历史学	12
六、建筑学和景观设计学	12
七、其他相关学科	12
本章小结	13
复习思考题	14

第二章 旅游资源分类	15
第一节 旅游资源概述	15
一、旅游资源的概念	15
二、旅游资源的特征	17
三、旅游资源的成因	21
第二节 旅游资源的分类	24
一、旅游资源分类原则	24
二、旅游资源分类方法	24
第三节 自然旅游资源	27
一、地质地貌旅游资源	27
二、水体旅游资源	28
三、生物旅游资源	31
四、气象气候旅游资源	32
第四节 人文旅游资源	36
一、历史遗迹旅游资源	36
二、古建筑旅游资源	37
三、民俗宗教旅游资源	40
四、园林建筑旅游资源	43
第五节 旅游资源的分区	47
一、旅游资源分区及其意义	47
二、旅游资源分区的原则	47
三、我国旅游资源分区方案	48
本章小结	50
复习思考题	50
第三章 旅游资源调查与评价	51
第一节 旅游资源的调查	51
一、旅游资源调查的基本要求	51
二、旅游资源调查的类型和内容	51
三、旅游资源调查的程序和方法	55
四、旅游资源调查报告的编写	59
第二节 旅游资源的评价	60
一、旅游资源评价的目的和原则	60
二、旅游资源评价的内容	63
三、旅游资源评价的方法	67
四、旅游资源调查与评价成果提交要求	71
本章小结	73

复习思考题	73
第四章 旅游资源开发与保护	77
第一节 旅游资源开发	77
一、旅游资源开发的目的与意义	77
二、旅游资源开发的概念与原则	79
三、旅游资源开发的内容与理念	81
四、旅游资源开发的模式与条件	87
五、旅游资源开发程序	95
第二节 旅游资源开发中的利益相关者	97
一、利益相关者理论	97
二、旅游资源开发中各利益相关者	97
三、旅游资源开发中各利益相关者冲突成因	99
四、旅游资源开发中利益协调的途径	100
第三节 旅游资源保护	105
一、旅游资源保护的必要性和紧迫性	105
二、旅游资源损坏的原因	105
三、旅游资源的保护对策	106
四、旅游资源的保护和管理措施	107
第四节 旅游可持续发展	108
一、旅游资源开发的环境效应	108
二、旅游业实现可持续发展的途径	110
本章小结	112
复习思考题	112
第五章 旅游规划理论与方法	114
第一节 旅游规划概述	114
一、旅游规划的对象	114
二、旅游规划的概念界定	116
三、旅游规划的意义	117
四、旅游规划的原则	118
五、旅游规划的步骤	119
第二节 旅游规划的基本理论	121
一、旅游系统理论	121
二、旅游空间理论	124
三、旅游产业理论	127
四、旅游可持续发展理论	130
第三节 旅游规划的基本类型	132

一、按旅游规划的时空二维尺度分类	132
二、按旅游规划的内容分类	134
三、按旅游规划的深度要求分类	134
四、按旅游规划的权威等级分类	135
第四节 旅游规划的方法	136
一、旅游规划方法的指导思想	136
二、旅游规划方法的比较分析	138
三、旅游规划方法的选择	140
第五节 旅游规划的研究及发展趋势	141
一、旅游规划发展历程的回顾	141
二、旅游规划的发展趋势	144
本章小结	145
复习思考题	145
第六章 旅游规划与开发的导向模式	146
第一节 资源导向模式	146
一、资源导向模式产生的背景	146
二、资源导向模式的内容	147
三、资源导向模式的适用范围	149
第二节 市场导向模式	151
一、市场导向模式产生的背景	151
二、市场导向模式的内容	152
第三节 形象导向模式	154
一、形象导向模式产生的背景	154
二、形象导向模式的内容	155
第四节 产品导向模式	158
一、产品导向模式产生的背景	158
二、产品导向模式的内容	159
三、四种导向模式的比较	162
本章小结	165
复习思考题	165
第七章 旅游规划的实践	166
第一节 旅游规划的实施过程	166
一、旅游规划实施的要素分析	166
二、旅游规划实施的主要方法	168
三、旅游规划实施的一般程序	170
第二节 旅游规划与开发的可行性分析	173

一、区位选择	173
二、主题定位	177
三、投资评估	179
四、环境评估	184
第三节 旅游规划与开发的效益评估	185
一、评估原则	185
二、评估的内容体系	186
三、评估的方法	191
第四节 旅游规划的管理评价	195
一、旅游规划的管理内容	195
二、旅游规划的管理评价	198
本章小结	200
复习思考题	200
第八章 专项旅游开发	201
第一节 国家级风景名胜区开发	201
一、风景名胜区概述	201
二、风景名胜区规划	202
三、风景名胜区开发	204
第二节 旅游度假区开发	206
一、旅游度假区概述	206
二、旅游度假区规划	208
第三节 主题公园开发	211
一、主题公园概述	211
二、主题公园规划	213
第四节 城市旅游开发	216
一、城市旅游概述	216
二、城市旅游规划	219
第五节 乡村生态旅游开发	221
一、乡村旅游概述	221
二、乡村旅游规划	224
第六节 工业旅游开发	226
一、工业旅游	226
二、工业旅游开发	228
本章小结	232
复习思考题	233

第九章 旅游规划设计	234
第一节 旅游项目规划设计	234
一、旅游项目规划的基本概念	234
二、旅游项目设计的原则	236
三、旅游项目规划的影响因素	237
四、旅游项目规划的内容	238
五、旅游项目规划的设计步骤	239
第二节 旅游市场营销策划	242
一、旅游市场细分	242
二、旅游市场营销广告策划	245
三、旅游产品营销渠道策划	246
第三节 旅游景观规划	250
一、景观设计的主要原则	250
二、景观设计的基本要素	252
三、景观设计的基本方法	253
第四节 旅游线路规划设计	255
一、旅游线路及类型	256
二、旅游线路设计原则	256
三、旅游线路设计方法	258
四、旅游线路设计过程	259
第五节 旅游基础设施和服务设施规划	260
一、基础设施规划	260
二、服务设施规划	264
本章小结	267
复习思考题	268
第十章 旅游规划与开发新视角	269
第一节 旅游目的地形象策划	269
一、旅游目的地形象的含义及特征	269
二、旅游目的地形象策划	271
三、旅游目的地形象的传播与推广	273
第二节 休闲养生旅游开发模式	275
一、休闲旅游开发模式	275
二、养生旅游开发模式	278
第三节 体验旅游开发模式	281
一、体验旅游的含义与特点	282
二、体验旅游设计的原则	283

三、体验旅游开发模式	284
第四节 文化创意旅游开发模式	286
一、文化创意旅游	286
二、文化创意旅游发展模式	287
第五节 黑色旅游开发模式	293
一、黑色旅游的界定	293
二、黑色旅游特征	293
三、黑色旅游动力系统	295
四、黑色旅游开发模式	296
本章小结	298
复习思考题	298

绪 论



学习要点及目标

1. 了解旅游资源规划与开发的研究对象和内容。
2. 认识旅游资源规划与开发的研究目的和意义。
3. 掌握旅游资源规划与开发的一般研究方法。
4. 明确旅游资源规划与开发和相关学科的关系。

第一节 研究对象和内容

旅游资源规划与开发是以旅游资源为核心,以可持续性发展理念,研究旅游资源的类型、特征、调查评价、布局设计、开发保护等内容的一门综合性学科。该学科与旅游学、规划学、开发学、地理学、经济学、地质学、气候学、水文学、生物学、历史学、社会学、民俗学、考古学、建筑学、环境学、生态学、文学、美学等学科有着不可分割的联系,其研究内容相当广泛。

一、旅游资源的自然环境与历史背景

旅游资源都有其形成的背景,自然旅游资源是在亿万年自然地理环境的演变之中形成的,具有旅游功能的事物和因素;人文旅游资源是人类创造的,反映文化生活、民族习俗、经济发展、时代特征和社会背景等状况,具有旅游功能的事物和因素。规划与开发旅游资源,必须先了解研究旅游资源的形成机制,只有这样,才能充分发现旅游资源的科学价值,深入挖掘旅游资源的文化内涵,深刻认识旅游资源的特征和属性,提高旅游资源的艺术与观赏品位,满足人们的旅游需要,从而最大限度地发挥旅游资源的功能和效益。

二、旅游资源的特征与分类

在认识各类旅游资源形成机制普遍规律的基础上,要寻找各类旅游资源之间的差异,找出不同旅游资源的特征。在此基础上,注意不同特性旅游资源的相互转化与融合。一般而言,差异越大,特征越明显,其开发价值就越高。因此,所谓旅游资源的特征实质就是旅游资源的鲜明个性和“特殊本质”,而旅游资源的分类则是依据旅游资源的现存状况、形态、特性、特征划分为若干类别。旅游资源的特征和分类需要通过深入考察、科学分析和广泛比较才能完成。随着社会经济的发展、科学技术的进步、旅游资源内涵的拓展与延伸,旅游资源的种类与数量将日益丰富,对旅游资源做出合理、科学的分类与评价,是认识和研究旅游资源并进行规划与开发的重要前提条件。

三、旅游资源的调查和评价

旅游资源是旅游业发展的前提,是旅游业的基础。评价旅游资源的开发利用前景,能够为旅游景区(点)的布局 and 旅游设施的安排提供依据。旅游资源,是指自然界和人类社会中,能对旅游者有吸引力、能激发旅游者的旅游动机,具备一定旅游功能和价值,可以为旅游业开发利用,并能产生经济效益、社会效益和环境效益的事物和因素。一方面,要查明旅游资源情况,包括资源的种类、分布、数量、质量、规模、密度、级别、特点、成因及开发利用程度、价值、功能等提供理论依据和科学的方法;另一方面,对旅游资源在调查的基础上进行技术经济论证和评价,包括具体的项目,如按不同依据分类、旅游容量、开发程序、投入产出效益、市场预测、环境评价、开发适宜时间、利用方式、各种组合配套等。

四、旅游资源的开发战略

旅游资源开发可以激发旅游者旅游动机并进行旅游活动,为旅游业所利用。大部分旅游资源仅靠原始的内在的质量品质是有一定局限的,无法达到吸引人们前来旅游的目的,不能适应发展变化的旅游需求,需要进行旅游资源开发战略定位,挖掘旅游资源内涵,创造鲜明的旅游形象;完善基础设施和旅游接待设施、提高旅游地的可进入性;发挥成熟旅游目的地资源的潜力、创造新的包括旅游产品(服务)等,这样才能有效提升旅游吸引力,从而增加旅游的经济效益和社会效益。此外,针对各类旅游者需求差异,同一旅游资源对于不同旅游者的吸引力是因人而异的。同一旅游资源,因形象策划、开发深度的差异,对旅游者的吸引力也会不同。总之,对不同属性的旅游资源,应采取不同的开发利用对策。

传统的旅游资源开发一般由旅游规划、旅游项目建设、旅游经营管理三个环节组成,规划设计与建设开发、经营管理过程往往是分离的,这样,前期旅游规划中提到的资源与环境保护问题很难在后期的具体实施建设、经营管理中得到落实,而后期经营管理中出现的问题也无法反馈到前期的旅游规划中,致使规划和实施相脱节。与传统旅游开发模式不同,当前旅游资源开发需要战略思考,即从全局发展战略高度,在开发实施过程中形成紧密联系的有机循环体系,包括旅游规划、旅游项目建设、旅游经营管理、旅游资源监测四个环节。这样,“四位一体”的开发战略才能确保旅游资源的可持续开发。

五、旅游资源的保护政策

旅游资源开发中的资源保护是旅游业赖以生存和发展的重要保障。旅游资源的种类、数量、规模、特色及保护水平等,在很大程度上决定着—个国家或地区的旅游发展总体水平。因此,要不断加强旅游资源的保护和管理,从而实现旅游资源的高效、可持续利用。旅游可持续发展是指在不破坏当地自然环境,不损坏现有和潜在的旅游资源及合理利用旅游资源,保护已开发的现有资源的情况下,在经济、社会、环境三效合一的基础上持续发展的旅游经济开发行为。应当承认,经济开发与资源保护是有一定矛盾的,但如果正确规划、科学安排,两者是有可能实现有机统一的。一般地说,在可持续发展的理念下,考虑到资源环境的承载情况,制定相应的法律法规和行政政策,对旅游资源进行保护性开发。因

而,我们既不能脱离国家和地方的现有条件、水平和需要,离开经济建设和旅游业发展,单纯强调旅游资源的保护,又不能片面追求经济利益,忽视对旅游资源的保护,更不能以牺牲旅游资源和环境为代价,去换取一时的经济效益。

六、旅游空间的合理布局

旅游景区(点)是体现社会经济、文化历史和自然环境统一的旅游地域单元,一般包含许多旅游点,由旅游线连接而成。为了保护、开发、利用和经营管理旅游区,使其发挥多种功能和作用,需要进行规划,统筹部署和具体安排各项旅游要素。旅游空间布局是通过土地及其负载的旅游资源、旅游设施分区划片,对各区进行背景分析,确定次一级旅游区域的名称、发展主题、形象定位、旅游功能、突破方向、规划设计、项目选址,从而将旅游六要素的未来不同规划时段的状态,落实到合适的区域,并将空间部署形态进行可视化表达(如图 1-1 所示)。旅游景区(点)的兴建和改造涉及许多方面(如城市建设、交通、运输、环境保护、生态平衡、饮食供应、生活服务、文化娱乐、旅游纪念品、邮电通信、医疗卫生等),必须结合相应地区的区域规划,根据区域条件合理确定其接待旅游者的数量和各方面的负荷量,使旅游地域系统各要素相互协调,并与地区整体发展达成综合平衡。

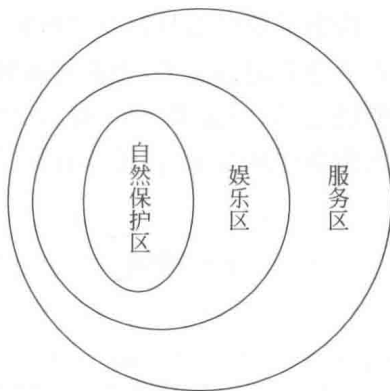


图 1-1 旅游空间布局示意图



知识库 1-1

旅游规划的艺术——景观设计要素的场所精神

劳国学者戈登·库伦(Gordon Cullen)曾经详细地描述了“场所感”这一概念。他指出,一种特殊的视觉表现能够让入体会到场所感,以激发人们进入空间之中。这种空间质量的感受正是许多老的步行公园及其空间的特点。当各种因素都能够发挥其作用,就会使人产生一种身心愉悦的感受,吸引人参与其中,这是一处非常宜人的逗留场所,场所显然不只包括了地点和物质,其中更加值得注意并体现其场所精神的,是由记忆、意象、经验等建立起来的一种包括认同感、安全感等在内的诸多感受。因而要确切地反映一个场所,需要使用的就不仅仅是有形的感官手段,还包括若干无形的精神刺激。一般来说,可以通过景观要素的设计来组织和诱发人们的活动:通过合理的组织,使得现有的景观要素及其相关影响因素融合在一起,形成富有魅力的户外生活场景;通过对现实资源的重组,关注人与物的基本关系,突破传统的设施概念,创造新的、动人的场景。这两种思路有一个共同的核心,即只有人的活动才能串联起环境、设施及其他因素,从而营造有价值的场景故事,解释场所精神。一些欧洲国家非常重视硬质景观设施的设计,比如停车场、广告牌等,不少出自名家之手。如果能从景区局部、局部地域、整体环境的角度来进行各种硬质

景观设施的设计探索,将有助于构建一个融当地特征、文化、品位、便利性和装饰性等综合元素为一体的优美环境,创造公众美好的体验感受。

第二节 研究目标和意义

一、研究目标

旅游资源规划与开发的研究目标是:统筹规划旅游资源,合理设计景区布局,在可持续发展理念的指导下,为旅游者创造时间与空间的差异、文化与历史的新奇、生理和心理上的满足,从而实现经济、社会、生态效益协调发展。为了实现这一目标,旅游资源规划与开发就必须从需求、供给和管理三个层面进行研究,如图 1-2 所示。

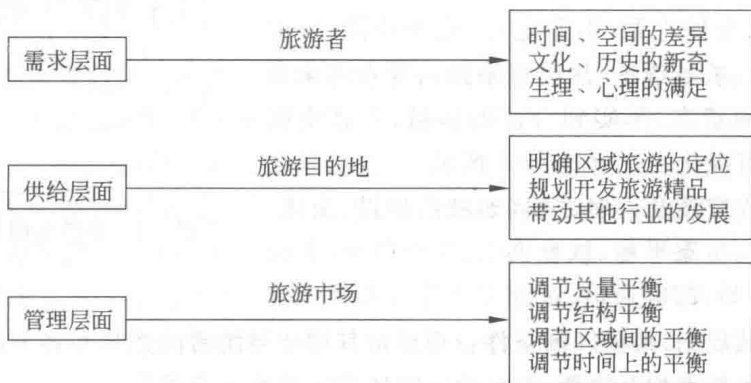


图 1-2 旅游规划与开发的研究目标

（一）需求层面

旅游需求是指在一定时期内,旅游者愿意并能够以一定货币支付能力购买旅游产品(服务)的数量。简言之,就是旅游者对旅游产品(服务)的需求。在旅游者支付能力和闲暇等客观条件既定的情况下,旅游需求主要由旅游动机来决定,通过对旅游动机研究,针对人们旅游动机、活动特征以及与之相应的经营方式进行规划,包括挖掘潜在于旅游资源与环境中的历史文化、风土民情、风俗习惯等与人们精神生活世界息息相关的文明,树立旅游地总体形象,可以为旅游者提供生理和心理的满足。

（二）供给层面

旅游供给指在一定时期内以一定价格向旅游市场提供的旅游产品(服务)的数量,具体包括旅游业经营者向旅游者提供的旅游资源、旅游设施和旅游服务等。通过对旅游资源的调查、评价以及旅游者的需要,明确旅游目的地的战略定位和发展方向,提升区域旅游发展的层次,进而寻找区域旅游发展的优势方向,据此规划与开发丰富的旅游产品(服务),优化旅游业发展的要素结构与空间布局,安排旅游业发展优先项目,促进旅游业持续、健康、稳定发展,并且指导如何通过旅游规划与开发带动该区域其他产业的发展。

（三）管理层面

为了确保旅游资源的合理利用和保护,有效调节旅游市场的需求和供给,还需要建立

合理的管理机制,使供求关系能够灵活地变动。通过对旅游目的地的规划与开发,满足旅游者的多样化需求,并在不断变动中取得相对的平衡。这种直接作用主要体现在四个方面:第一,调节总量平衡,通过合理的规划与开发,可以吸引更多的旅游者;第二,调节结构平衡,通过旅游市场中“看不见的手”,使旅游者在不同类型的旅游资源之间合理转移;第三,调节区域间的平衡,通过有效管理,使各个旅游区域调剂余缺,互通有无,使总量平衡和结构平衡得到具体落实;第四,调节时间上的平衡,旅游资源在不同的季节有不同的特征,因此进行合理规划与开发,在一定程度上满足了旅游者的旅游需求,缓解了供求矛盾。

二、研究意义

(一) 时代需求

旅游产业是第三产业的重要组成部分,是世界上发展最快的新兴产业之一,被誉为“朝阳产业”。随着我国社会经济的进步,旅游的产业化发展日益迅猛。2009年12月1日,国务院发布《关于加快发展旅游业的意见》,要求把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和令人民群众更加满意的现代服务业。2013年2月2日,《国家旅游休闲计划纲要》(也称《国民休闲纲要》)被颁布,以满足人民群众日益增长的旅游休闲需求,促进旅游休闲产业健康发展,推进具有中国特色的国民旅游休闲体系建设。

传统的旅游产业要素进一步扩展,各要素相互交织形成了一个紧密的旅游产业链。旅游产业具有直接消费动力、产业发展动力、城镇化动力,在其发展过程中将会给地区带来价值提升效应、品牌效应、生态效应、幸福指数效应等。要想有条不紊地发展旅游业,促进国民旅游休闲的规模扩大和品质提升,就需要科学地进行旅游规划与开发,满足时代发展的需求。

(二) 关系民生

民生中的生活质量(国民幸福指数)提升和旅游资源规划与开发息息相关。

在经济欠发达地区,旅游资源开发、产品建设不但可以促进当地百姓脱贫致富,还能提高人们的文明意识。乡村旅游、生态旅游促进了农耕文化、农业风土人情等文化资源和田野、河流、山地、湖泊等自然资源的开发与利用,带动了农村基础设施和生态环境建设,提高了农业资源价值、农产品附加值,农民的收入渠道也得以拓宽。而且,旅游就业门槛低,有利于为农村剩余劳动力提供就业机会,引导新的思想观念、生活方式和科技文化在农村的传播,优化农村居民社会结构、知识结构和产业结构,最终实现扩大城乡贸易交流,缩小城乡经济差距,改善农村居民生活水平、提高生活质量的目标。

在经济发达地区,旅游表现出休闲消费大众化的特征,并已逐渐成为一种生活方式。旅游推动餐饮、住宿、交通、游览、娱乐、购物等大众服务业发展,多样化、个性化、层次化的旅游产品不断出现,人居环境、生活质量稳步提升,成为人类从维持基本的生计向实现自我价值转化的重要手段。

此外,随着奖励旅游、福利旅游、医疗旅游、教育旅游、商务旅游、体育旅游等旅游产品的发展以及旅游产业与相关产业的融合发展,旅游资源的规划与开发有利于国民服务业体系更加完善,进一步提高了旅游惠民、利民等民生功能。通过旅游资源规划,可以设计