

区域旅游规划应用课程建设成果
地理与旅游专业优秀教材建设成果
湖南省人居环境学重点研究基地成果
教育部“新世纪优秀人才支持计划”成果

区域旅游规划 :原理与实践

主 编：刘沛林

副主编：申秀英 邓运员

华龄出版社

图书在版编目(CIP)数据

区域旅游规划 原理与实践/刘沛林主编.

- 北京:华龄出版社,2006.9

(当代学者人文论丛.第13辑)

ISBN 7-80178-400-6

I. 区... II. 刘... III. 旅游业—经济规划—教材 IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 117322 号

书 名:区域旅游规划 原理与实践

主 编:刘沛林

出版发行:华龄出版社(北京西城区鼓楼西大街41号 邮编:100034)

印 刷:北京凯通印刷厂

版 次:2006年9月第1版

印 次:2006年9月第1次

开 本:880×1230毫米 1/32

印 张:9.75

字 数:271千字

印 数:1500册

全套定价:260.00元

序

随着旅游业的快速发展,区域旅游开发与规划工作日益受到人们的重视。在高校地理专业、旅游专业,“区域旅游规划”课程作为一门应用性很强的必修课程,越来越受到学生的青睐。高等学校如何加强“区域旅游规划”(或称“区域旅游开发与规划”)课程的改革和创新,培养实践能力强、具有创新精神的现代大学生,成为我们多年来关注的重要问题。目前高校地理与旅游专业的一个明显问题是,学生学了“区域旅游规划”课程,却无法参与区域旅游规划实践,更缺乏从事区域旅游规划实际工作的能力。这种状况必须尽快加以改变,否则我们的课程将失去其生命力。

实际上,导致这种状况的出现也是有其原因的。区域旅游规划作为一门新兴课程,是随着区域旅游规划的出现而逐渐形成的。从20世纪70年代末期出现区域旅游规划,开拓者们是在没有理论指导、没有经验借鉴的情况下以“摸着石头过河”的方式摸索进行的。20世纪80年代,陈传康、郭来喜等人在实践的基础上总结出一些区域旅游规划的理论经验,区域旅游规划课程也是在90年代初期在北京大学等少数高校作为本科生和研究生课程得以正式开设和传播开来的。好在90年代后期以来,相继出版过几部关于区域旅游规划的教材或著作,较有代表性的有:吴必虎的《区域旅游规划原理》(2001),邹统钎的《旅游开发与规划》(1999),吴承照的《现代旅游规划设计原理与方法》(1998),保继刚的《旅游开发研究——原理、方法、实践》(2000),辛建荣的《旅游区规划与管理》(1999),马勇的《旅游规划与开发》(2002),

翟辅东的《区域旅游开发与规划》(2000),刘沛林的《区域旅游规划个案研究》(2004),《乡村旅游发展规划》(2006)、哈里森的《国际旅游规划案例分析》(2004)等等。这些著作或教材的出版,对成长中的区域旅游规划课程的建设,发挥着重要作用。

区域旅游规划是一项综合性很强的工作,涉及的专业面、知识面都很广。任何其它学科的规划,包括城市规划、建筑设计、景观规划,都不能替代它。早期的旅游规划,主要是以资源为导向的规划,有的干脆套用城市规划的模式进行规划,结果是忽视了市场的需求与导向作用。90年代后期开始,区域旅游规划逐渐由资源导向型转向市场导向型。通常是在兼顾市场和资源的前提下,以产品为导向,重点转向市场分析,以实现产品开发与游客需求的对接。同时,更多地引入企业对旅游的投资,重视旅游产业的规划。此外,在旅游规划中开始考虑到弱势群体和当地群众的利益。最近许多区域旅游规划还考虑了动态规划,即在规划实施的基础上作进一步的修正,达到最优配置的目的。至此,区域旅游规划也开始走向成熟。与此相适应,高校区域旅游规划课程也有了吸收新思想、新理论、新方法、新成果、新内容的机会。

我们编写这本教材,正是为了及时吸收这些新内容,改进以往教材中的不足。参加本书编写的每位作者,均为多年担任旅游专业教学的专任教师,而且都有过多次参加区域旅游规划的实践经验,懂得区域旅游规划的全部程序、内容和要求。许多章节内容的选取,打破了以往多种同类教科书的框架,不少内容来自作者们实际工作的积累。这就使本教材能为学生实践能力的培养提供更为切实可行的知识体系和操作技能。

本教材是湖南省人文地理学重点建设学科和地理科学重点专业的成果之一,也是我校旅游管理重点建设专业的成果之一,还是本人主持的“区域旅游规划应用课程创新与实践能力的培养”项目的成果。本书由刘沛林拟定编写提纲并统稿,申秀英、邓运员协助编写组织和统稿工作。学生资巧珍担任了大部分内容的文字录入工作。各章节的分工是:序、第一章、第二章、第十三章,刘沛林撰写;第三章、第四章,刘惕之

撰写 ;第五章、第六章 ,申秀英撰写 ;第七章 杨载田撰写 ;第八章 ,刘晓燕撰写 ;第九章、第十二章 ,邓运员撰写 ;第十章 ,刘天翌撰写 ;第十一章 ,许抄军撰写。本次编写 ,由于时间仓促 ,质量水平不一定能达到预期的目标 ,我们将在实践中不断修改完善 ,力争几年后出版一部更富特色的应用性很强的区域旅游规划教材。本教材编写过程中 ,借用了许多先贤和同仁的研究成果 ,除参考文献已部分列出之外 ,在此再表谢忱。

最后 ,要特别感谢湖南省人居环境学研究基地和教育部“新世纪优秀人才支持计划”给予的出版资助。

刘沛林

2006年5月26日

目 录

第一章 区域旅游规划的概念、对象及理论体系	(1)
第一节 区域旅游和区域旅游规划	(1)
一、区域旅游	(1)
二、区域旅游规划	(3)
第二节 区域旅游规划的对象、任务及作用	(7)
一、区域旅游规划的对象	(7)
二、区域旅游规划的任务	(8)
三、区域旅游规划的作用	(9)
第三节 区域旅游规划的理论及方法	(10)
一、区域旅游规划涉及的学科和理论	(10)
二、区域旅游规划的基本方法	(12)
三、区域旅游规划空间布局的基本理论	(15)
第二章 区域旅游规划的趋势、类型及程序	(22)
第一节 区域旅游规划在中国	(22)
一、中国旅游规划发展历程	(22)
二、中国旅游规划研究进展	(26)
三、中国旅游规划发展总结	(28)
四、中国旅游规划的未来展望	(33)
第二节 区域旅游规划的基本类型	(34)

一、基本类型	(34)
二、主要类型介绍	(35)
第三节 区域旅游规划的框架与程序	(36)
一、模式与框架	(36)
二、区域旅游规划的总原则	(40)
三、区域旅游总体规划的程序和内容	(41)
第三章 区域旅游资源调查与评价	(48)
第一节 区域旅游资源概念	(48)
一、区域旅游资源的概念	(48)
二、旅游资源的内涵	(49)
第二节 区域旅游资源的分类	(51)
一、分类原则和依据	(51)
二、旅游资源分类的国家标准	(53)
三、其他分类方案简介	(55)
第三节 区域旅游资源调查	(56)
一、旅游资源调查的基本要求	(56)
二、旅游资源详查	(57)
三、旅游资源的概查	(59)
四、提交区域旅游资源调查成果	(60)
第四节 区域旅游资源评价	(61)
一、一般旅游资源评价方法简介	(61)
二、共有因子综合评价法	(63)
第四章 区域旅游业发展的 SWOT 分析及其经济目标预测	(66)
第一节 区域旅游业发展的 SWOT 分析	(66)
一、SWOT 的含意	(66)
二、进行 SWOT 分析的主要内容	(67)
三、案例分析	(68)
第二节 区域旅游业发展的经济目标预测	(71)

一、旅游业发展的经济目标	(71)
二、旅游业发展的经济目标的预测	(73)
三、旅游业发展经济预测技术	(74)
第五章 区域旅游市场定位	(78)
第一节 客源市场调查与预测方法	(78)
一、市场调查的基本方法	(78)
二、现场流量测定	(79)
三、历史数据的收集和分析	(80)
四、客源市场预测的方法	(89)
第二节 国内旅游市场预测的一些规律	(95)
一、中国国内客源市场与距离的关系	(95)
二、中国客源市场的细分规律	(98)
第六章 区域旅游形象定位及其形象识别系统建设	(99)
第一节 区域旅游形象定位的意义、原则及任务	(99)
一、区域旅游形象的构成及其影响因素	(99)
二、定位的原则	(100)
三、定位研究的基本任务	(101)
第二节 旅游地形象建设的基本过程和定位方法	(101)
一、旅游地形象建设的基本过程	(101)
二、旅游形象定位的方法	(102)
第三节 案例研究 衡阳市旅游形象定位及识别	(103)
一、知名度和美誉度的测算	(103)
二、对衡阳市有关景区形象的调查	(104)
三、旅游形象定位及其理念识别系统	(104)
四、旅游形象的视觉识别系统建设	(107)
五、旅游形象的行为识别系统建设	(110)

第七章 旅游区划分与旅游线路设计	(111)
第一节 旅游区划分	(111)
一、旅游区与旅游区划分的目的和意义	(111)
二、旅游区划的原则	(113)
三、旅游区划分的一般方案	(115)
第二节 旅游线路的设计	(118)
一、旅游线路的概念	(118)
二、旅游线路的类型	(118)
三、旅游线路设计的原则	(120)
第八章 旅游环境容量的测定及规划	(123)
第一节 旅游环境容量研究进展概述	(123)
一、国外研究概况	(123)
二、国内研究概况	(125)
第二节 旅游环境容量的概念及组成	(127)
一、概念的阐述	(127)
二、旅游环境容量的组成	(129)
第三节 旅游环境容量的测定	(133)
一、旅游环境容量的影响因子测定	(133)
二、旅游环境容量的测定	(134)
三、旅游环境容量的新理论方法 - LAC 理论	(140)
第四节 旅游环境容量理论在旅游规划和管理中的应用	(141)
第九章 旅游基础设施规划	(143)
第一节 出行系统规划	(143)
一、旅游交通规划	(143)
二、旅行代理机构(旅行社)	(151)

第二节 旅游接待规划	(154)
一、旅游接待业概说	(154)
二、旅游接待设施的类型与规划	(159)
三、餐饮服务规划	(165)
第三节 旅游服务规划	(167)
一、文化娱乐设施与服务	(167)
二、旅游购物设施与购品开发	(172)
三、户外运动设施与服务	(175)
第四节 旅游解说系统规划	(175)
一、概述	(175)
二、旅游解说规划	(182)
第十章 旅游市场营销策略	(185)
第一节 旅游市场细分	(185)
一、旅游市场细分的概念	(185)
二、旅游市场细分的要求	(186)
三、旅游市场细分的步骤	(187)
四、旅游市场细分的方法	(188)
第二节 旅游目标市场的选择与定位	(190)
一、旅游目标市场的选择(Market Targeting)	(190)
二、旅游市场定位(Tourism Market Positioning)	(192)
第三节 旅游市场营销组合策略	(194)
一、旅游市场营销组合的涵义	(194)
二、旅游市场营销组合理论	(196)
第四节 旅游市场营销组合策略	(198)
一、旅游产品策略	(198)
二、旅游价格策略	(201)
三、旅游销售渠道策略	(203)
四、旅游促销策略	(205)

第十一章 旅游区效益分析	(208)
第一节 旅游区游憩利用价值评估方法简介	(208)
一、原始数据的获取	(209)
二、计算旅游率、估算旅行费用	(209)
三、统计回归	(210)
四、绘制需求曲线	(210)
五、计算总的消费者剩余	(211)
六、总旅游价值的估算	(211)
第二节 旅游区效益评估的原则、内容和方法	(212)
一、旅游区效益评估的原则	(212)
二、旅游区效益评估的内容	(214)
三、旅游规划与开发效益评估的方法	(217)
第三节 旅游区的投入产出分析(案例分析)	(223)
一、经济过程模拟	(223)
二、投资总收益预测	(224)
三、投入产出分析	(224)
四、回收期预测	(224)
第十二章 旅游规划管理策略	(225)
第一节 区域旅游规划宏观管理对策	(225)
一、目前我国旅游规划宏观管理中存在问题的主要原因	(225)
二、宏观管理对策	(226)
第二节 区域旅游规划微观管理过程	(228)
一、规划项目的外部与内部管理	(229)
二、规划项目管理的层次	(229)
三、规划项目组织、工作阶段与管理过程	(230)
四、项目组管理	(231)

五、旅游规划的后期服务和实施跟踪	(233)
第十三章 区域旅游规划个案——以珠海市为例	(235)
第一节 规划背景与规划述评	(235)
一、规划背景	(235)
二、规划述评	(236)
第二节 规划提要	(237)
一、序言	(237)
二、旅游业发展条件与发展现状评估	(239)
三、市场需求分析及规划	(242)
四、市场供给分析与规划	(249)
五、旅游发展目标、模式及驱动机制	(258)
六、对策与措施	(260)
主要参考文献	(262)
附录 旅游规划通则	(265)

第一章 区域旅游规划的概念、对象及理论体系

第一节 区域旅游和区域旅游规划

一、区域旅游

一定的旅游活动是在一定的区域内实现的。一定区域的旅游活动又受到区域因素的综合影响。区域旅游是一定区域内旅游活动的总称。区域旅游学是研究一定区域内旅游活动和与之相关的旅游空间布局规律的科学。

区域旅游概念的提出是中国乃至世界旅游业发展到今天的必然呼唤。在我国,“区域旅游”最早是由北京大学已故旅游地理学家陈传康教授于1987年提出来的。他认为:“区域旅游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,根据旅游者的需要,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,以吸引旅游者在一定区域内旅游。区域旅游开发,是发展区域旅游的基础,它是从区域整体的自然、经济、社会、交通和区位等条件出发,对旅游空间进行综合性开发,以资源、市场、产品、商品、人才等一系列开发实践为宗旨。”陈传康教授提出的上述概念,成为对“区域旅游”和“区域旅游开发”的经典解释。1992年,由陈传康先生发起的中国旅游协会区域旅游开发专业委员会

正式成立,区域旅游开发成为旅游科学体系中重要的分支学科。

传统的旅游科学是用“三体说”(资源为客体,市场为主体,交通与设施为媒体)、“六素说”(行、住、吃、游、购、娱)概括旅游活动实践的基本内容。不论是三体说还是六素说,都要建立在对区域生产力、消费力和市场潜力等要素进行综合分析的基础上,理顺其开发的空间布局与时间序位。旅游区便是表达旅游区域分异的一种重要方式,对区域旅游的研究是实现旅游生产力合理布局的重要途径,也是区域旅游资源合理配置的重要方式。

区域旅游和旅游区是不同的概念。区域旅游强调的是一定区域旅游活动的特征及其影响要素的差异,不同的区域有不同的旅游特征。旅游区也是一种分区概念,更多的是强调区域间的差异性,通常是指由若干地域上相连的、具有若干共性特征的旅游吸引物、交通网络及旅游服务设施组成的地域“单元”(邹统钎,1999)。如湘西北旅游区、西南旅游区等。旅游景区的范围更小,是指具体的旅游地,如天子山景区、索溪峪景区等。

区域旅游研究是旅游经济的空间化、具体化的过程,它既是区域科学,同时也是旅游科学的组成部分,是介于区域科学和旅游科学的边缘性研究。关于旅游科学的理论体系问题,旅游学界有过很多讨论。一种观点认为,旅游科学尚未形成自己的理论,都是从一些相关学科拿来拼凑的。另一种观点认为,旅游科学有理论但不够完善和成熟,其理由如下:①旅游学科是实践性和应用性很强的学科,它是以旅行社、酒店、旅游地三大支柱为主体则形成的旅游实践体系,由于要解决实践问题的迫切需要,才推动人们去探究区域旅游的理论究竟何在,旅游学科的基础理论研究滞后于实践也就在所难免。②旅游业作为新崛起的产业,其交叉部门多,行业覆盖面广,与其实践相对应的学科理论构建必然也须向邻近学科渗透。现阶段任何一门新型学科的发生不可能不受其母体的影响,新的旅游基本理论必需要从相关学科引入相关理论来充实自己的基础,因而旅游学科理论的发展必然存在一个由引入到依托,再到艰苦自立地建立体系的发展过程。③区域旅游是旅游学科学理

论园地中相对比较成熟的一支,就是持有旅游学科缺少理论观点的人,也把区域旅游的目的地、客源地空间作为构建旅游理论中的重要内容。

④旅游学科理论要进一步成熟起来,就要采用高度综合和科学量化的方法论思维,把已提出来的旅游供需理论、产品生命周期论等综合为一体,用量化的手段使其理论有指导性和可操作性(翟辅东,2000)。

区域旅游与区域农业、区域工业在区域学科中处同一层次的地位,并拥有自己不断趋向完善的学科理论。区域旅游由三大空间要素组成:游客出发地、旅游目的地、旅游线路。游客出发地是区域客源市场。客源市场的发达程度和需求层次常常与区域发展水平相整合。

从旅游学学科体系的框架中,可以了解区域旅游科学的地位和状况。区域旅游的基础理论是在顺应旅游业发展的同时,借鉴相关学科理论研究的基础上不断发展起来的应用学科理论。在整个旅游学科体系中,区域旅游学相对比较年轻,但理论相对成熟一些,这是与它首先产生于地理科学并引入地理学的有关区位理论、布局优化理论等有关。

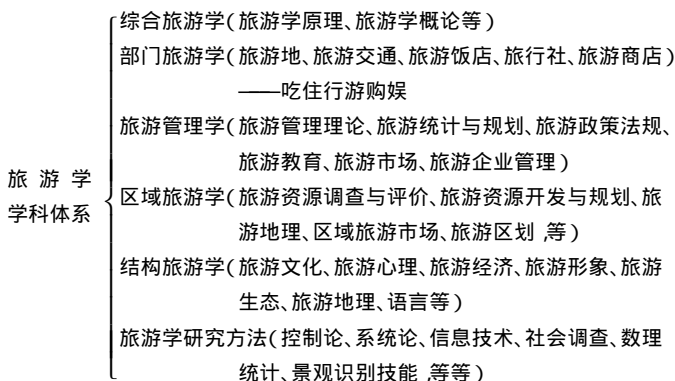


图 1-1 旅游学学科体系(据翟辅东,2000,有改动)

二、区域旅游规划

“规划”在英文中为“planning”,带有“计划”、“企划”、“绘制蓝图”的相关含义。区域旅游业要实现科学有序发展的目标,必须预先进行

旅游规划。一个地方制定了区域旅游规划并不意味着这个地方的区域旅游业就能得到有效地发展,因为规划的实施受多方面因素的制约。但是,一个地方的区域旅游业要得到有效的发展,必须事先编制好区域旅游规划,区域旅游规划的编制不仅是决定区域旅游业科学有序发展的依据和蓝本,而且能够有效地避免区域旅游业的发展偏离正常的轨道,减少偏差,少走弯路。

《朗文大词典》对“规划”的解释是:规划是制定或实施计划的过程,尤其是一个社会或经济单元(企业、社区等)确立目标、政策与程序的过程。广义上讲,规划的定义是:为实现某种目标而组织未来的过程,这个过程可以简洁地表示为:目标连续的信息——各种有关未来的比较方案的预测和模拟——评价——选择——持续的监督。

总之,规划是编制一个有条理的行动程序,使预定的目标得以实现。它的主要技术成果是书面文件,适当地附有经济预测、数学描述、定量评价以及说明规划方案各部分关系的图解,可能还有准确描绘规划对象的具体形象的蓝图。

旅游规划是从区域规划理论及管理科学理论衍生出来的。Gunn认为旅游业起源于游客对旅游的欲望,终止于这种欲望的满足,因此规划者决不能无视游客的需求。他认为旅游规划的第一目标就是满足游客的需求,他采用 Davidof 和 Reiner 的规划定义,即规划是“经过一系列选择,决定合适的未来行动的过程”。这个过程是动态的、反馈的。未来的行动不是指政策的制定,而主要是目标的实现(Gunn, 1979)。

Getz 对旅游规划的定义是: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的最优贡献的过程(Murphy, 1985)。

Murphy(1985)的定义是:规划是预测和调节系统内的变化,以促进有秩序的开发,从而扩大开发过程的社会、经济与环境效益。它是一个连续的操作过程,以达到某一目标或平衡几个目标。

从经济学的角度来讲,“规划”是为实现某些目标而对资源实行最优配置(Optimal Allocation)的过程。

规划的目的是为政府或开发商为其开发提供行动指南,区域旅游

规划实质上是制定旅游开发的行动方案。

实际上,规划是一个“预测——实施——出现偏差——纠正偏差再预测——再实施——出现偏差……”的不断修正提高的过程。

区域旅游规划流程是一个循环系统,每个循环中包括八个阶段:准备、确立目标、可行性分析、制定方案、方案的评价与比较选择、实施、监控反馈、调整策略。

区域旅游规划在很大意义上属于区域规划的一部分。现代区域旅游规划与传统区域旅游规划有许多不同之处。传统区域旅游规划是静态的,而现代旅游规划是偏向于动态的。具体比较如下:

从定义上讲,传统区域规划理论以研究区域未来发展为中心,寻求区域的合理布局 and 综合、统筹安排区域各项目建设,是区域目标期内发展的蓝图和时空连续的依据,是管理的准则与法律。而现代区域规划是以经济效益、社会效益与环境效益为中心,以资源、人力、财力、物资信息的最优分配和利用为手段,以不断提高人民日益增长的精神生活和物质文化需要为导向,以建立一个“人、资源、环境”相协调的持续发展的社会做出经济、社会、科技和环境总体最优的规划。

从目标上看,传统规划是通过寻找区域产业最佳布局、合理利用土地、保证区域有秩序、协调发展、统筹兼顾部署各产业工程建设。现代区域规划则通过探索区域社会、经济、生态、科技最优的发展途径、区域资源最优配置,使经济发展有较好的社会效益与经济效益。

从任务上看,传统区域规划是根据上层各级的发展规划及区域内的经济、社会状况,合理布局产业及城镇体系,确定各城市职能方向与倾斜程度,对城市、产业规模与布局,统一规划,合理利用土地,综合安排区域经济、文化、公共事业及战略等各项建设,保证区域协调发展。现代区域规划方法的主要任务是:根据上层各级的规划以及区域内的自然条件、建设条件、历史和社会现状,寻找符合本区域发展的优化结构体系,包括合理的经济结构(产业结构、消费结构、需求结构、劳动力结构、投资结构)、组织结构、社会结构、人口结构、区域经济规模、人口规模,区域生产力布局的优化、区域经济体系、城镇体系、体制体系等,