

Destination Planning & Management
Theory & Practice

旅游地规划与管理

—— 理论与实践

王国新 著



西安地图出版社

旅游地规划与管理

——理论与实践

王国新 著

西安地图出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游地规划与管理/王国新著. —西安:西安地图出版社, 2002. 4

ISBN 7-80670-230-X

I. 旅… II. 王… III. ①旅游点—规划②旅游点—管理 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 017027 号

书 名: 旅游地规划与管理—理论与实践

编 著: 王国新

责任编辑: 陈蕴奇 刘东春

出版发行: 西安地图出版社

经 销: 新华书店

印 刷: 杭州钱江彩色印务有限公司

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 10.375

版 次: 2003 年 4 月第 1 版

印 次: 2003 年 4 月浙江第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-80670-230-X/K·102

定 价: 19.80 元

前言

随着旅游业的发展,国内旅游学科近年来已从探索阶段逐步形成了较为完整的理论体系,并开始向各个细分领域做更为深入的研究。旅游类书籍和刊物已是汗牛充栋。早期的旅游类专业书籍关于旅游饭店、旅行社管理方面的居多,而涉及旅游地规划与管理方面的书籍还为数甚少。

我国作为发展中国家在 20 世纪 80 年代初期发展旅游业的主要目的是为了利用我国旅游资源优势赚取外汇,支援经济建设。饭店、旅行社、旅游交通公司都是主要的创汇单位,因而得到优先发展。这些企业从一开始就参与激烈的市场竞争,对经营和管理方面的理论需求自然也更为迫切。

那么,为什么对旅游景区规划和管理方面的研究工作直到今天才受到重视呢?我认为有以下几个原因。

首先,我国在发展旅游业的初期都以观光型旅游为主,旅游资源优势突出,管理者只要在风景区或者文物古迹的前面挡上一道大门,就不愁没人来游,似乎不需要管理,照样可以赚钱。其次,我国的旅游资源都属于国有。这些旅游景区的管理,也都属于政府的职能。如风景名胜区管理委员会是建设厅的下设机构。第三,我国早期对外开放的旅游景区的资源级别较高,具有很强的垄断性,管理人员没有竞争压力,对管理理论的需求就不如企业那样迫切。第四,我国的旅游学科研究是为了适应旅游业的发展,满足旅游产业对人才和理论的需要,最初在高校中形成和发展起来的。由于市场经济的导向,许多旅游教育和理论工作者轻视了基础理论研究,而侧重于为旅游企业服务的实证研究,有的甚至直接参与旅游企业的管理工作,指导管理实践,总结管理经验。80 年代初,许多学者

在旅游资源学和旅游地理学方面做了大量的基础研究,他们的成果也是本书的重要理论基础。

1999年6月4日,经国家质量技术监督局批准,国家旅游局正式发布了《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T17775—1999)国家标准,并于1999年10月1日起正式实施。这一举措更加推进了旅游区规划与管理工作的规范化。

回顾过去,不难发现我国旅游业发展中出现过很多因缺乏合理规划和科学管理而造成的失误,有的已给国家和社会带来较严重的不良后果和经济损失。有的地区因管理不善,盲目建设,造成饭店严重过剩或结构不合理;有的因缺乏保护意识对风景资源掠夺性开发使不可再生的旅游资源遭到严重破坏;旅游污染和环境保护之间的矛盾越来越突出;旅游地和旅游者之间的文化冲突或同化作用导致旅游地社会犯罪的增多,民族特色丧失;旅游企业在经营中还常有欺诈行为和不公平竞争现象;我国旅游体制因历史原因还存在种种弊端。以上都属于旅游地规划与管理方面的问题。政府部门已经意识到对旅游区进行科学规划和管理的重要性。随着新开发的旅游景区不断涌现,景区之间在客源市场上的竞争加剧,旅游者的消费行为也日趋成熟,对景区服务质量要求越来越高。旅游景区管理人员也开始意识到景区规划与管理的重要性。我国各级旅游局、旅游风景区、森林公园以及各类主题公园和游乐园的管理人员中,许多人还缺乏旅游地规划和管理方面的专业知识和实践经验,他们需要这方面的理论指导。所以,我一直想写本书以满足他们的需要。可是,我自己在国内能找到的资料很有限,虽然做过一些规划项目,但因地域和类型的限制,还不足以总结出一定理论深度的东西。因此,终不敢轻易动笔,生怕贻笑大方。

1998年8月,我有幸得到了国家留学基金委的奖学金,作为访问学者被派到美国宾州大学留学一年。我在E. L. Dick Shafer教授的指导下从事旅游资源开发与管理方面的研究工作。到后不久,我就告诉他我想写这本书的想法,他听后非常支持,不仅为我提供了他所有这方面的书籍,还把他几十年来积累的研究成果都

拿出来供我参考。此外,宾州大学的图书馆里收集了几乎所有北美和欧洲国家的旅游学科类书籍、电子出版物和大量的统计数据。在美国上网查询资料也特别方便、快捷。我觉得,我应该充分利用这些资源,像寻宝一样把其中有用的东西挑选出来,介绍给国内的同仁,也不辜负国家为我付出的这笔不菲的资助。我花了约半年的时间收集、整理资料。有好几个晚上,甚至在图书馆里睡着了,直到第二天凌晨才醒来。好在宾州大学的图书馆通宵开放,冬天有暖气,不会感冒。后半年的时间就在办公室的电脑上写稿。到我回国之前,大约完成了全书的三分之二。还有三分之一的内容涉及中国旅游业相关方面的历史和现状资料。出国时为了减轻行李的重量,国内资料带的很少。这时,感到身处他乡,非常无助,只有等到回国后再补充。没想到回国后科研和教学任务特别多,能用于这本书的时间和精力很有限。出版经费又受到限制,出版计划半年后才落实。这时,我发现国内学者已经出版了好几本旅游规划方面的书籍,个别已做到了相当的理论深度。为了使这本书更好地与中国的实际相结合,我又拜读了许多国内学者的著作,从中吸取精华。其中,主要有吴必虎的《区域旅游规划原理》、崔凤军的《风景旅游区的保护与管理》、王德刚的《现代旅游区开发与经营管理》。

这本书定位的主要读者对象是各级旅游行政管理人员、旅游景区经营管理人员、规划人员和各类院校旅游专业师生。希望能为他们提供一本有关旅游地规划与管理方面的基础理论和实际操作指南。所以本书几乎涉及到了各种类型的旅游规划。在管理方面,既涉及到区域旅游管理,也涉及到旅游景区管理。顾到了面,就顾不到点,本书不是一本就某一类旅游规划做深入理论探讨的专题研究,只力求做到内容全面、实用,而避免太多的数学模型和公式计算。本书也可作为其他学科专业规划人员的参考书,如城市规划、园林规划、社会经济发展规划等专业人员。这些规划与旅游规划通常有很多交叉的地方,如果他们在做实际规划工作时能从这本书中找到一点有用的东西,我就感到非常欣慰了。

全书由四篇组成,第一篇对旅游业、旅游学与旅游规划作些基

例说明操作方法和技巧,希望读者阅读本书后即可动手操作具体规划工作。第三篇论述了我国常见类型旅游景区的规划要点。第四篇专门介绍各类旅游地的管理,重点是两方面的内容。一是与各级旅游局有关的涉及到旅游地规划、旅游资源开发、资源与环境保护、旅游市场营销、旅游地行业规范、旅游产业政策、旅游信息服务和经营指导等方面的内容;二是我国以保护为主的旅游地管理所涉及的内容。这方面内容主要涉及风景名胜区、自然保护区、森林公园、历史文化名城等旅游区的开发、保护、旅游组织和经营管理等。对那些以盈利为主要目的的商业性旅游地,如主题公园、游乐园、度假区等,更多是属于企业经营范围的范围,本书则不作介绍。

将近不惑之年,如果说有什么幸运的事情,那就是我曾得到过很多好人的无私帮助。最让我终生难忘的是那些哺育我成长的恩师。其中有三位,一直影响着我的学习、生活和工作。他们是我中学时代的班主任刘志祥女士、浙江大学旅游学院的硕士生导师傅文伟教授和美国宾州州立大学曾指导我访问学者研究的 Dick Shafer 教授。他们用父母般的爱哺育我成长,不仅教给我治学之道,更教给了我做人的道理。在此,我衷心地感谢他们多年来给我的关怀和教育。我还要感谢浙江省民政厅多年从事地名志研究的杨小法老师。是他帮我做好了西安地图出版社的所有联络工作,并全面审阅初稿,提出了许多宝贵的建议。杭州商学院旅游管理系的王莹副教授也阅读了书稿,并把部分内容应用到她的课堂教学中。

本书的出版得到了杭州文博旅游有限公司的大力支持。

王国新

2001 年 10 月于杭州

旅游规划与管理

——理论与实践

前 言

第一篇 旅游学基础及旅游规划理论的形成与发展

第一章 旅游学基础	2
第一节 旅游和旅游者	2
第二节 旅游业及其发展	3
第三节 旅游系统	4
第四节 旅游地开发	10
第五节 旅游业发展对区域经济、社会、文化和环境的影响	13
第二章 旅游规划及其理论的形成与发展	22
第一节 规划思想的形成与发展	22
第二节 旅游规划及其重要性	23
第三节 旅游规划的分类	25
第四节 旅游规划理论的形成与发展	30
第五节 国内外旅游规划理论的新观念	39
第六节 旅游规划基本原则	43
第三章 旅游业可持续发展和生态旅游	46
第一节 世界性的环境问题	46
第二节 旅游与环境的关系	47
第三节 旅游业可持续发展	53
第四节 实施旅游业可持续发展战略	54
第五节 生态旅游	67

第二篇 区域旅游规划

第四章 规划程序和总体调查	74
第一节 规划程序	74
第二节 总体调查	78
第五章 旅游资源的定义、特征、分类、调查和评价	90
第一节 旅游资源、旅游资源的特征及其分类	90
第二节 旅游资源的调查	100
第三节 旅游资源的评价	107
第六章 旅游市场调查	120
第一节 旅游市场调查的内容	120
第二节 旅游市场信息调查的方法	123
第三节 旅游者态度的确定	142
第四节 旅游模式和发展倾向	148
第七章 旅游服务和设施调查	151
第一节 专项设施和服务	151
第二节 交通及其他基础设施	156
第八章 分析与综合	163
第一节 旅游市场要素分析与综合	163
第二节 旅游客流量预测	170
第三节 分析区域旅游开发各有关方面的优势和不足	185
第四节 旅游业对区域经济、环境和社会文化等方面的影响	187
第九章 旅游业发展战略	194
第一节 旅游业产业地位和作用	194
第二节 旅游业发展目标和发展模式	196
第三节 旅游地形象和特色	199

第十章 旅游业发展专项规划	205
第一节 旅游点规划和旅游项目策划.....	205
第二节 旅游区划.....	208
第三节 旅游游览组织.....	209
第四节 旅游综合生产力规划.....	211
第五节 旅游市场营销规划.....	220
第六节 旅游信息服务规划.....	225
第七节 旅游政策与法规建议.....	227
第八节 近期建设规划和投资效益评估.....	230

第三篇 旅游景区(点)规划

第十一章 旅游区的定义和规划类型	234
第一节 旅游区的定义.....	234
第二节 旅游区规划的类型.....	235
第十二章 旅游区总体规划	237
第一节 旅游区总体规划的工作程序.....	237
第二节 总体规划的内容.....	241
第三节 旅游区的定位.....	244
第四节 规划布局.....	245
第五节 旅游接待服务设施规划.....	249
第六节 基础设施规划.....	251
第七节 资源与环境保护.....	255

第四篇 区域性旅游地和旅游景区管理

第十三章 区域性旅游地管理	258
第一节 旅游地规划实施管理.....	258
第二节 旅游项目和设施建设管理.....	259

第三节	旅游资源开发与保护管理·····	260
第四节	旅游市场营销管理·····	261
第五节	旅游政策与法规的制定和旅游协调工作·····	266
第六节	旅游行业规范与服务质量管理·····	267
第七节	旅游教育与培训的管理·····	268
第十四章	旅游景区管理·····	269
第一节	旅游景区的类型和特点·····	269
第二节	旅游景区管理结构模式·····	272
第三节	环境与资源保护管理·····	273
第四节	对客服务管理·····	274
第五节	旅游安全管理·····	275
第六节	规划、建设与维护管理·····	276
附录一	首批国家AAAA级旅游区(点)名单·····	277
附录二	风景旅游区服务质量标准与操作规范·····	281
附录三	中华人民共和国国家标准旅游区(点)质量等级的划分与评定·····	302
附录四	旅游区(点)质量等级评定办法·····	318

第一篇

旅游学基础及旅游规划理论的形成与发展

本篇共分为两章。第一章分析旅游业现状及其发展趋势,介绍有关旅游学科的一些基础知识,阐明一些在规划理论中常用的旅游学基本概念,并综合概述了有关旅游系统的理论。

第二章介绍国内外旅游规划现状及旅游规划理论的形成与发展,重点引进国外一些具有超前意识的规划思想。本章还介绍了目前学术界有争议的一些问题和规划研究的发展方向。

第一章 旅游学基础

第一节 旅游和旅游者

学术界对旅游者至今还没有一个确切的公认的定义,通常都是从旅游目的、旅游时间和旅行距离三个方面来确定。就目的而言,可分为两个大类,一类是为了旅游而旅游的人,另一类是公务旅游者。前一类人把旅游当成一种消费需求。例如欧美国家许多人已把旅游当成了生活方式,大多数家庭每年至少有一次度假旅游。这类旅游者旅游目的很广,主要有观光、探亲访友、度假、休闲娱乐、健身疗养、体验异国风情,或享受自然环境等。后一类旅游者主要以商务、公务、会议、考察、学习、科研等活动为目的,他们同时也兼有一些前一类旅游者参与的活动。在时间上,国际旅游组织规定旅游者是离开自己居住地 24 小时以上但不超过一年的人。在距离上,国际旅游者指离开自己常住国国境的人。而对国内旅游者的定义各国有所不同,如美国规定离开本人居住地 50 英里以上。因此,旅游就是指与旅游者活动有关的一切现象和关系。这里引用美国 McIntosh/Goeldener/Ritchie 三人合著的“Tourism — Principles, Practices, Philosophies”一书中的定义:旅游是旅游者、旅游服务供应商、旅游地政府和旅游区在招徕和接待旅游者和其他来访者的过程中相互之间所发生的各种关系的总和。旅游者是旅游的主体,他们需要得到各种心理和生理上的体验和满足。他们的行为特点决定了他们选择什么样的旅游地,参加哪些旅游活动。旅游供应商为旅游者提供旅游者所需的商品和服务,他们以盈利为目的。旅游地政府通常从经济角度来看待旅游业,政府对旅游

业的态度对旅游地发展起着决定性作用,他们的工作主要有制订旅游政策、实施工业管理、组织旅游促销、制定旅游规划等。他们还要考虑旅游业给当地居民带来的利益、旅游税收、旅游创汇能力等。旅游给当地居民带来文化、生活、就业、环境等多方面的影响,既有正面影响也有负面影响。

第二节 旅游业及其发展

旅游业是围绕旅游者的旅游活动为旅游者提供行、游、住、食、购、娱多项综合服务的各行业的总和。自从第二次世界大战以来,全球旅游业蓬勃发展,长盛不衰,据世界旅游组织预测,到 21 世纪旅游业将成为世界上最大的产业。世界各国都看到旅游业给他们带来的好处,从而大力发展旅游业。有的国家甚至把旅游业作为本国经济发展的支柱产业,如泰国旅游业占国民经济总收入的 60% 以上。

发展旅游业对一个国家的贡献是多方面的,其主要表现在经济、社会和环境三个方面。我们称之为旅游业三大效益。旅游业对国家或地区经济发展的贡献不仅仅是旅游的直接外汇收入,它还是经济发展的催化剂,具有极大的乘数效应,能够刺激社会消费,促进货币流通,提供就业机会,进一步改善经济环境,加强信息交流,是区域开放经济对外宣传的重要手段之一。旅游业对社会的贡献主要表现在满足人们日益增长的文化和物质需求,促进文化交流,提高旅游地居民的文化素养,保护和宣传优秀民族文化遗产和生活传统。发展旅游业同时也是一项环境工程,两者既对立又统一。旅游业过度开发无疑要破坏环境,最终丧失旅游业。如何使区域旅游业发展和环境保护协调一致是当前学术界研究的重点。

中国旅游业发展起步较晚,但发展速度令世界瞩目。从改革开放到 20 世纪 90 年代末,仅短短 20 年的历程,中国旅游业旅游总

收入已跃居世界第六 1997 年。世界旅游组织预测,到 2020 年,中国将成为世界上最大的旅游接待国,第四大旅游输出国。中国旅游业从零开始发展到今天并不是一帆风顺的,从旅游开发到经营管理既有成功的经验也有失败的教训,目前依然面临许多亟待解决的问题,如旅游开发与环境保护的矛盾,旅游服务质量的不稳定,旅游管理体制的弊端,旅游所带来的精神和文化污染,旅游经营管理和促销手段的落后等等。这些问题都使旅游管理部门和经营单位越来越感到规划工作的重要性。

第三节 旅游系统

旅游系统是旅游规划者在做具体规划工作时必须牢记的。任何一个决策都必须放到整个系统中去权衡,这也是我们组织规划的重要依据之一。旅游地既是整个国家乃至整个世界大旅游系统的一个组成部分,又是一个具有自身运动规律的内部系统。因此,旅游地开发与规划就必须考虑到内部和外部两个系统之间的关系。这其中,最主要的是旅游地开发与周边社区在经济、社会、环境等方面所发生的相互作用。

旅游业被公认为是关联性最强,涉及范围最广的产业之一。它涉及到的各行业和部门之间,密切相联,利益相关,必须协调一致,共同发展,才能保证整个区域旅游业的健康运行。因此,旅游规划工作必须要用系统的观念来考虑问题才能保证规划的全面性和可行性。

从大旅游观点来看,旅游系统由旅游目的地、旅游客源市场、旅游支持部门、旅游市场营销和旅游交通运输五大部分构成。其相互关系如图 1-1 所示。

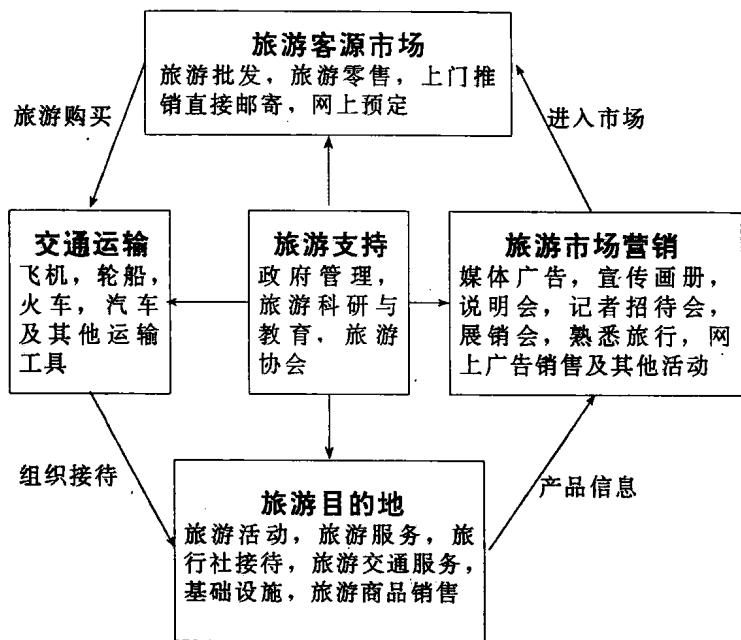


图1-1 旅游系统

一、旅游目的地(Destination)

旅游目的地在本书中简称旅游地。从规划的角度来看，旅游地是旅游规划的核心，但旅游地规划所涉及到的范围远远超过旅游地的内部要素，因此在规划工作中必须把旅游地放到整个旅游系统中去考虑。旅游地是生产和销售旅游产品的地方。虽然旅游者大都在自己常住地从旅行社那里预订旅游产品和服务，但却必须到旅游目的地来消费，这是旅游消费独有的特点。而旅游产品流通的其他各阶段，如销售、购买、组织接待等，都是为了使旅游者最终到达目的地顺利地消费产品。目的地旅游活动是以旅游吸引物为基础的，包括参观、游览、娱乐等活动。旅游吸引物是指一切对旅游

者具有吸引力的事物和现象,如旅游景区、景点、民俗风情、自然环境、宜人的气候、健身运动场地、重大事件等。大多数学者认为,旅游吸引物不包括潜在的旅游资源,而是指已被开发的可以为旅游者所利用的资源。旅游吸引物是产生旅游流的直接原因。关于旅游目的地和旅游区的定义请参阅第二章第三节“旅游规划的分类”。

旅游地本身就是一个子系统,它由许多相互关联的要素构成,其中主要有:

(一) 旅游资源

旅游资源包括一切对旅游者具有吸引力的现实的和潜在的各种要素的总和,其中主要有自然和人文两大类。例如山水风光、地貌景观、动植物生态环境、宜人的气候、温暖的阳光及其他各种自然现象都是自然资源;人文资源有人文古迹、民俗风情、文化艺术、体育活动等等。绝大多数旅游地都是人文和自然资源的综合体。只有像南极、外星球这类以前人类没有涉及的地方才能算是纯自然资源的旅游地。

(二) 旅游地社区

本书所指的旅游地社区可分为两类,一类是在旅游地开发之前就已经存在的位于旅游地内部或周边的当地居民生活区;另一类是在旅游地发展之后形成的旅游城镇的居民生活区。这类旅游地通常位于偏远地区,如海滨、森林、温泉、溶洞等。由于旅游地的开发,越来越多的人带着家庭定居在这里从事旅游业相关的服务和经营活动,形成了新兴的旅游城镇。这两类旅游地社区都有如下共同点:

- 社区经济以旅游业为主导产业,绝大多数居民从事旅游业或与旅游相关的行业。

- 社区居民与旅游者共同享用基础设施以及部分服务和娱乐项目。