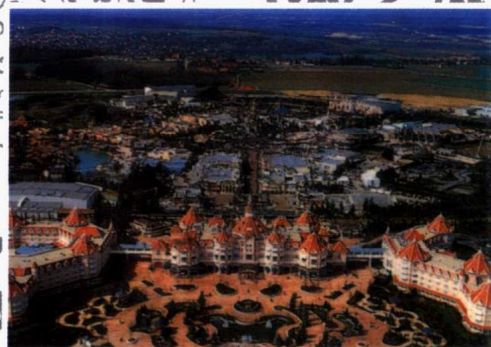


旅游与游憩规划设计手册

Tourism & Recreation Handbook of Planning and Design

[英] 曼纽尔·鲍德-博拉 弗雷德·劳森 著

唐子颖 吴必虎 等译校



中国建筑工业出版社

旅游与游憩规划设计手册

[英] 曼纽尔·鲍德—博拉 弗雷德·劳森 著

唐子颖 吴必虎 等译校

中国建筑工业出版社

著作权合同登记图字：01-2002-2250 号

图书在版编目(CIP)数据

旅游与游憩规划设计手册 / (英)博拉等著; 唐子颖等译校.

—北京: 中国建筑工业出版社, 2004

ISBN 7-112-06118-0

I. 旅... II. ①博... ②唐... III. 旅游经济—经济规划—手册 IV. F590.1-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 105381 号

© Reed Educational and Professional Publishing Ltd 1998

All rights reserved

Tourism and Recreation by Manuel Baud-Bovy and Fred Lawson

© Manuel Baud-Bovy and Fred Lawson—1998

本图书由英国 BUTTERWORTH-HEINEMANN 出版社授权翻译出版

责任编辑 程素荣 马鸿杰

责任设计 郑秋菊

责任校对 赵明霞

旅游与游憩规划设计手册

[英] 曼纽尔·鲍德-博拉 弗雷德·劳森 著

唐子颖 吴必虎 等译校

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

新华书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京建筑工业出版社印刷

*

开本: 880 × 1230 毫米 1/16 印张: 18³/₄ 字数: 700 千字

2004 年 5 月第一版 2004 年 5 月第一次印刷

定价: 59.00 元

ISBN 7-112-06118-0

TU · 5383(12131)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

前言

1977年面世的本书初版，为读者提出了关于综合旅游与游憩规划的独特视角。在那本世界旅游组织秘书长撰写了序言的手册里，我们提出了旅游与游憩规划的程序和标准，并向人们解释了如何在规划编制阶段，就应对由于无序和盲目开发所引致的影响和问题提出解决方案。

旧版本的原则大多仍还适用，新版本同样为读者提供了较为详细的、可操作的规划框架。除了增加了一些新案例，第二版《手册》还对目前人们普遍关注的可持续发展和其他环境问题予以体现。尽管全国性和区域性旅游规划问题依然重要，新版本也对老牌度假地的复兴、恢复和改善环境，以及如何减轻特定资源的使用压力等问题予以关注。

在过去的20年里，伴随着人们移动性的迅速增加和通往乡村和海岸地区可达性的明显改善，对游憩的需求也急剧增加。旅游者和周末游憩者往往会利用相同的资源和设施，而对这两方面的需求，在编制旅游规划时应同时加以考虑。

尤其重要的是，社区对户外游憩的需求，已经对那些和大城市人口密集区具有良好交通条件的乡村地区产生了压力。这就需要采取积极的行动为社区提供公园、绿地、运动设施和休闲中心，需要进行更详尽的研究，使我们能够

在有限的公共资金条件下实现对自然资源的最佳使用。

旅游是世界上最大的产业，而旅游规划对独特的自然吸引物的保护来说是必不可少的；而游憩规划对于每一个城市社区来说也是十分必要的。我们希望这个新版《手册》能同时满足上述两种需求，希望它不仅对规划师、建筑师和开发商，还可以对涉及这些重要部门的管理的人们具有重要参考价值。

两位作者曾经亲身参与过的大量国际性旅游和游憩开发经验为本书的编写打下了基础，但是如果没有这一领域其他工作者提供的大量案例，本书涵盖的内容就不可能那样全面。尽管这些工作案例来自世界各地，但遗憾的是这里所提供的只能是其中一小部分，许多优秀的项目因为复制困难而未能在这里体现出来。只要有可能，我们在书中尽量将相关的建筑师、规划师和各个机构的名称开列出来，但我们还是要在这里向所有为这本书的出版做出贡献的人表示一并感谢。特别需要提及的是，我们要向世界旅游组织秘书长弗朗西斯科·弗兰吉利(Francesco Frangialli)先生，世界旅游组织档案管理中心主任Patrice Tedjini先生和统计与市场研究部主任Enzo Paci先生，以及参与本书提及的许多案例研究的Aristea Baud-Bovy先生，表示衷心感谢。

序

在过去的40年里,旅游业已经迅速成为世界不同国家和地区的社会和经济发展的的重要因素。

在过去的20年里,对自然资源的保护和文化资源的保存,已日渐成为全球关注的问题,越来越多的个人、团体和国家对此作出郑重承诺。

可持续发展理念在各个发展领域被广泛接受,这其中也包括旅游业和游憩业。

根据世界旅游组织提出的《2020年旅游业展望》预测,在即将来临的21世纪的头20年里,旅行和旅游产业将会在全球范围内迅速扩大。世界旅游组织预测,到2000年全球将会有7亿国际游客,到2010年达到10亿,2020年达到16亿——这接近1996年全球国际游客量的3倍。

在这种背景下,两位国际知名专家,曼纽尔·鲍德-博拉(Manuel Baud-Bovy)和弗雷德·劳森(Fred Lawson),在其著作《旅游与游憩规划设计手册》面世20年后,决定根据21世纪旅游和游憩设施所面临的新的挑战,对该书进行重新修订出版。

新的版本就旅游和游憩开发的策划、规划和实施领域,在基本标准、特殊要求和具体程序等方面,为读者提供了

全面的指导。涉及的范围,大到国家和区域规划,小到地方社区设施的项目。

作者在关注可持续发展和环境问题的同时,也注意到了影响休闲、户外游憩和旅游设施的新概念和新趋势。作者还特别关注老牌旅游度假区的复兴问题,以及如何合理使用自然资源,为大城市居民提供一系列公园、绿地、体育设施和休闲中心的问题。

正如1977年付梓的第一版一样,新版的《旅游与游憩规划设计手册》收集了大量插图,众多精华案例全方位地反映了休闲、户外游憩和旅游开发规划的丰硕成果。

毋庸置疑,这本新作不仅可以作为建筑师、规划师和开发商最为有效的参考资料,而且对那些参与或对旅游与游憩胜地管理有兴趣的人们来说,也具有重要参考意义。

在新千年来临之际,这本书的出版一定能为旅游业的长期可持续发展作出不可估量的贡献。

弗朗西斯科·弗兰吉利

Francesco Frangilli

世界旅游组织 秘书长

作者中文版序

从事旅游开发规划与实施的人们，可能会遇到难以计数的问题，这本手册试图能够尽可能多的解答这些问题。虽然要顾及的问题很多，但隐含在这些问题背后的适用于新的目的地——不管是一座宾馆、一处度假区，或者是一个区域——其规划的原则却不外乎那么几条，这篇序的目的就是想勾勒出这几条主要原则：

建议之一：各个案例所面临的情况很不相同，应该充分收集并分析相关资料，这是非常重要的。这些资料包括：

- 现有和潜在的旅游基础设施和吸引物，每一处吸引物都要与其可能吸引的旅游市场结合起来加以考虑。例如，考古学家认为十分重要的遗迹对于大多数游客来讲可能毫无兴趣。又如，国内旅游者所看重的主题公园，对于长距离的国际游客来讲，也许会被看成是对已有景区的损害。
- 已有或潜在的旅游市场（要考虑到国内外每一市场细分的不同特征、兴趣和需要）。
- 政治、社会经济和金融框架（包括政府结构和政策、规划目标、相关部门及决策程序）。
- 本手册为规划过程中这一阶段的内容提供了详细的资料。常见的错误是，人们往往会花太多的时间去做与规划无关的调查，在这方面，经验的积累是相当重要的。

建议之二：为吸引足够多的游客，一个区域应该要比类似的对对手显得更有吸引力或更有价值（两者兼有则更好）。基于旅游产品的概念，规划程序应该做到：

- 提出的规划方案要具有完全的可操作性、具有可接受的成本。
- 将方案与同类竞争地区的产品进行对比。
- 评价不同的旅游开发形式所产生的社会经济和环境影响，以便于从中选择出最符合其既定的政策和目标。
- 换句话说，要在短短数星期内，在旅游开发的多种方案中，规划师能够模拟出最接近优化的边际成本下的旅游产品设计方案。

建议之三：任何旅游目的地（的所有旅游产品）的价值都受到规划师构建的吸引物与设施间的极为脆弱的联系的影响。旅游规划不能仅仅局限于露天的景区景点或修建新的宾馆，而要从地方、区域和国家层面上与其他经济部门相结合。

- 旅游需求应该与土地利用总体规划紧密结合，考虑到其他部门对土地的要求（农业、渔业与港口、采矿和工业等），这些部门之间可能存在冲突，要确定优先发展项目。
- 旅游开发所需要的资金来源和程序应该与旅游规划和公共投资管理的关系结合起来。
- 交通系统，不管是国际航线还是国内交通，应该与旅游的特

殊需求相匹配；与国家或区域交通政策及优先事项相呼应。

- 旅游人力资源培训应该纳入规划，并与国家教育政策和教育结构相吻合。
- 旅游设施和活动的促销、营销和质量控制应该从国家、区域和地方层次分别加以组织。

建议之四：旅游资源的种类丰富多彩。从考古遗址、文化古迹到风景奇特的自然景区，并包括一些如诗如画的地区和景观。运用何种方式来开发利用上述资源以保持并补充其趣味性和吸引力，是一件十分重要的事。这类资源的独特性应该加以严格保护，防止过度利用和人为破坏。换句话说，恰到好处地设计的大型度假区可以将平淡无奇的自然状态转变为非常有吸引力、情趣盎然的环境。

- 旅游资源的保护可以采取不同的形式：自然公园划定、对“敏感”地区的环境控制、独立纪念物和纪念物群的保护、道路两侧开发与视觉质量的控制、风貌城镇和文化中心的文化保护等。
- 计划用于接待大量旅游者（度假区、大型宾馆、重点景区）的场地和游客中心，其用地需求应及早提出报告，防止今后的土地投机、零星小规模开发，防止对关键场地的零敲碎打式分割。
- 有许多的开发规划（其中包括我本人十多年前为塞浦路斯编制的规划）都会产生某些负面影响，其中尤其是引致土地投机和对原定作为旅游开发用地的蚕食式分割。在总体规划中需要用立法方式来保护不同地区的潜在旅游资源，并力争获得立法机构对规划的认同。

中国已经成为世界上的主要目的地，在丰富其旅游产品方面具有独特的机会，为国际旅游和国内旅游开发新的目的地和市场。在此领域内，中国可以从世界上其他已经发展的目的地地区获得经验教训和前车之鉴。据我所知，目前为止各地编制的总体规划（包括我自己的规划），其关于增长速度的估计多在数年或十多年之后就被超过，产生了严重的负面环境影响，也就是说对旅游产品的质量产生了严重损害。对资源、环境的保护，应该成为未来旅游发展规划的首要关注点。我们可以在旅游发展的任何一个阶段增建设施，但是只有在最初的起始阶段，当资源的潜在价值还未被认识时，才能对旅游资源进行广泛的保护，才能为未来的旅游发展预留足够多的空间。

曼纽尔·鲍德－博拉

2002年6月

译者的话

最近20年来,中国社会经济的稳健增长为旅游业的发展提供了前所未有的机遇和市场需求。同时,随着城市经济的发展和城市居民精神生活的提高,人们对户外游憩的需求也日渐高涨。社会发展推动学术进步。旅游和游憩的研究也在近十多年来出现迅速提高和深化的景象。旅游与游憩规划作为其中一个部分,人们对实际的规划编制和作为其理论支持的学术研究也显示出勃勃生机。

但是人们也注意到,中国旅游规划(户外游憩规划)的队伍仍然存在基础专业训练不足、水平参差不齐、资质评价管理标准不一的情况。从国外引进有关理论及应用标准的著作,一定程度上将会有助于上述情况的改善。

《旅游与游憩规划设计手册》原著第一版问世时是1977年(当时书名为《旅游与游憩开发》),目前译出的本子是原作者于1998年修订后推出的第二版。这本书受到了世界各地读者的欢迎。世界旅游组织(WTO)秘书长弗朗西斯科·弗兰吉利(Francesco Frangialli)先生特地为其作序。本书的第一作者曼纽尔·鲍德-博拉(Manuel Boud-Bovy)先生对译者将其著作译成中文的设想极为支持,不仅同意为中文版作专序,还热情地将其原稿迢迢万里寄到北京,同时

通过电子邮件发来原书的电子文本,为我们的翻译、图版制作和文本校对提供了最大可能的方便。

北京大学旅游研究与规划中心多年来致力于旅游·游憩理论研究,特别是侧重旅游与游憩规划方面的应用理论研究,并强调在此领域内的国际交流与合作。除了译介旅游规划方面的佳作外,还组织国际旅游专家推荐旅游、会展等方面的著作,邀请国内学者翻译成中文,形成《世纪波旅游译丛》,希望以此对中国旅游与游憩事业的健康发展,提供一定的帮助。与此同时,我们认为中国学者结合中国旅游·游憩实际进行的自主性学术研究,具有更为重要的意义,不仅提高中国的旅游学术研究水平,也更有利于中国旅游与游憩事业的实际问题的解决。而国外著作的译介与国内自主性研究的紧密结合,则是我们翻译此书和作出类似努力的根本目的所在。

吴必虎 博士、教授

北京大学旅游研究与规划中心 主任

北京大地风景旅游景观规划设计研究院 院长

2003年5月6日

目 录

前言	
序	
作者中文版序	
译者的话	
1 规划的背景	1
1.1 游憩和旅游的关系	1
1.1.1 闲暇和游憩 (定义)	1
1.1.2 游客和旅游者 (定义)	1
1.1.3 模糊的边界	2
1.1.4 旅游和游憩的需求	2
1.1.5 旅游和游憩: 相同点和不同点	3
1.2 旅游 / 游憩系统的复杂性	3
1.2.1 与整个社会—经济政策的关系	4
1.2.2 国际旅游、国内旅游和游憩的关系	4
1.2.3 相互竞争的目的地之间的关系	4
1.2.4 旅游 / 游憩部门内的角色和关系	4
1.3 围绕旅游产品的规划	5
1.3.1 旅游产品	5
1.3.2 规划围绕产品	6
1.4 发展与保护	7
1.4.1 旅游的环境影响	7
1.4.2 游憩的环境影响	9
1.4.3 可持续发展	9
1.4.4 替代性旅游的形式	11
1.4.5 旅游容量	11
1.4.6 容许承载极限 (LAC)	12
1.4.7 环境影响评价 (EIA)	12
1.4.8 环境审计 (EA) 与质量控制	14
1.4.9 对资源的压力: 政策的调控	14
1.5 开发计划的评估	15
1.5.1 可行性分析	15
1.5.2 成本效益分析	15
1.5.3 规划平衡表	16
1.5.4 目标导向矩阵	16
2 接待设施、餐饮与购物设施基本标准	17
2.1 对规划的影响	17
2.1.1 设施的种类	17
2.1.2 接待设施主要类型	18
2.1.3 宾馆接待设施的可行性	19
2.1.4 投资对宾馆规划的影响	19
2.1.5 宾馆与私人接待设施的平衡	19
2.1.6 接待设施组合对度假区开发的影响	21
2.1.7 规划中的新目标	21
2.2 宾馆	23
2.2.1 宾馆的类型	23
2.2.2 规划标准: 建筑面积	23
2.2.3 客房面积的变化	25
2.2.4 流通规划	25
2.2.5 公共区域规划	25
2.2.6 后台区	26
2.3 接待设施的其他形式	27
2.3.1 普通公寓、有露台的平房、别墅、托管公寓	27
2.3.2 场地规划	27
2.3.3 冬季度假地的标准	28
2.3.4 海滨和乡村度假地标准	28
2.3.5 商业性度假村标准	28
2.3.6 社会旅游度假村标准	28
2.3.7 青年公寓	31
2.4 帐篷与拖车露营	31
2.4.1 帐篷营地和拖车营地	31
2.4.2 营地的种类	33
2.4.3 营地密度与规模	33
2.4.4 设施: 每百人 (25 个单元) 的最低标准	33
2.5 餐饮与购物服务	34
2.5.1 餐饮服务之提供	34
2.5.2 商店和相关服务	35
2.5.3 购物与相关设施标准	35
3 辅助设施与基础设施	37
3.1 管理、工程与辅助设施	37
3.1.1 员工及常住非旅游人口	37
3.1.2 直接就业	37
3.1.3 间接就业与联动就业	37
3.1.4 度假区非旅游人口的规模	38
3.1.5 非旅游人口的住宅供给	38

3.1.6 管理、工程和其他辅助设施	38	5.1.2 不同类型旅游区的平均密度	64
3.2 基础设施、道路与停车场	39	5.1.3 总平均密度	66
3.2.1 交通入口	39	5.2 海滨度假区与游港	66
3.2.2 道路规划指标	40	5.2.1 海滩开发	71
3.2.3 停车场	40	5.2.2 公共海滩设施	72
3.2.4 外部照明、街道设备和设施	40	5.2.3 综合型度假区中的海滩	73
3.3 卫生及工程服务	41	5.2.4 游艇设施：码头类型	73
3.3.1 供水	41	5.2.5 旅游港的基本设施	74
3.3.2 排水、污水处理及标准	41	5.2.6 中等规模游港的规划标准	74
3.3.3 排污口和排放系统：分期扩展	43	5.2.7 游艇中心或“干港”	74
3.3.4 垃圾处理	43	5.3 山地度假区	77
3.3.5 电力供应	43	5.3.1 滑雪者的等级	77
3.3.6 通讯系统	44	5.3.2 滑道特征	81
3.3.7 供暖和空调系统	44	5.3.3 滑雪索道	83
3.3.8 地下管线的协调	45	5.3.4 其他山地度假区设施	84
4 游憩、文化与运动设施的基本标准	46	5.3.5 滑雪度假区规划的原则	84
4.1 室内社会与文化活动	46	5.4 乡村度假区	85
4.1.1 设施	46	5.4.1 第二住宅	85
4.1.2 综合度假区中的标准设施	46	5.4.2 社会度假村	88
4.2 陆地运动设施	48	5.4.3 外租乡村度假区	89
4.2.1 重要因素	48	5.4.4 假日公园	89
4.2.2 运动场地	48	5.5 温泉与疗养度假区	95
4.2.3 室内运动场馆	48	5.5.1 市场和资源	95
4.2.4 骑术	51	5.5.2 温泉疗养地设施	95
4.2.5 高尔夫球场	51	5.5.3 非专门设施	95
4.2.6 度假区运动设施的标准	53	5.5.4 温泉度假区规划	96
4.3 陆上游憩设施	54	5.5.5 海水浴和保健中心	96
4.3.1 野餐活动	54	5.6 游乐园、野生动物园与水上乐园	96
4.3.2 公园、休息区和游戏区	55	5.6.1 类型	96
4.3.3 步道、徒步游径	55	5.6.2 游乐园和主题公园	96
4.3.4 其他种类的游径	56	5.6.3 野生动物园	98
4.3.5 小公共花园	57	5.6.4 水上乐园	101
4.4 水上游憩设施	57	5.7 郊野游憩公园	103
4.4.1 自然沐浴区	58	5.7.1 合适的场地	103
4.4.2 游泳池	58	5.7.2 特殊设施	107
4.4.3 帆航活动和驾船活动	59	5.7.3 平均密度	107
4.4.4 其他水上活动	60	5.7.4 郊野游憩与休闲公园	108
4.5 密度、用地需求与成本	61	5.7.5 郊野游憩与运动公园	108
4.5.1 密度	61	5.7.6 郊野游憩与自然公园	109
4.5.2 用地需求	61	5.8 自然公园	117
4.5.3 成本需求	62	5.8.1 国家公园	117
5 旅游度假区与游憩综合体项目类型	63	5.8.2 区域公园	123
5.1 旅游度假区与游憩综合体的主要类型	64	5.8.3 森林与游憩	126
5.1.1 主要类型	64	5.8.4 自然保护区	126

6 旅游度假区与游憩综合体规划	129	7.2.7 地方管理层次上的旅游与游憩规划	167
6.1 旅游度假区	129	7.3 旅游 / 游憩规划的方法	168
6.1.1 旅游度假区和旅游城镇	129	7.3.1 优先事项	169
6.1.2 传统度假区	131	7.3.2 研究范围	169
6.1.3 战后发展: 失控的城市化	131	7.3.3 规划实施的时间尺度	169
6.2 新度假区的开发	132	7.3.4 需求分析	170
6.2.1 综合度假区	132	7.3.5 规划模型和模拟技术	170
6.2.2 开发者	132	7.3.6 综合规划: 多解规划方法	173
6.2.3 失败与批评	133	7.3.7 综合规划: 户外休闲产品分析程序(PASOLP)方法	173
6.2.4 度假区的经营	133	7.3.8 监测系统	173
6.3 游憩和休闲综合体	133	7.3.9 规划变通性	175
6.3.1 游乐园、主题公园和水上乐园	135	7.4 总体规划的启动	176
6.3.2 游憩和自然公园	135	7.4.1 任务书 (TOR, Terms of Reference)	176
6.4 开发原则 (旅游度假区和游憩综合体)	135	7.4.2 规划目标	176
6.4.1 目标、途径和方法	135	7.4.3 组织框架	176
6.4.2 环境整合	141	8 旅游 / 游憩总体规划: 调查与编制	177
6.4.3 接触自然	141	8.1 资源调查	177
6.4.4 资源增值	141	8.1.1 资源调查的原则	177
6.4.5 活动成组	142	8.1.2 方法和步骤	177
6.4.6 景观建设	143	8.1.3 潜在游客感兴趣的特征和活动	178
6.4.7 建筑布局与致趣点	143	8.1.4 游憩吸引物	184
6.4.8 交通分隔	143	8.1.5 服务设施和基础设施	187
6.4.9 建筑的质量	146	8.2 市场评估	188
6.5 分期和扩展	146	8.2.1 户外游憩活动	188
6.5.1 分期开发	146	8.2.2 户外游憩市场的特征	189
6.5.2 开发分期	147	8.2.3 旅游市场的特征	191
6.5.3 需求变化	147	8.3 结构和政策评价	192
6.5.4 传统度假区复兴	148	8.3.1 社会—经济调查	192
6.6 度假区规划的程序	152	8.3.2 实施框架的调查	192
6.6.1 框架	152	8.3.3 已有开发规划的调查	192
6.6.2 初步概念规划	152	8.3.4 开发目标和政策	193
6.6.3 中间规划稿	154	8.3.5 数据来源	193
6.6.4 最终方案稿	156	8.4 旅游开发规划的编制	193
6.6.5 一期工程 and 首期项目运营计划	157	8.4.1 需新增设施	194
7 旅游 / 游憩总体规划框架	158	8.4.2 进入方式	198
7.1 旅游和游憩之间的内在联系	158	8.4.3 资源: 开发次序	199
7.1.1 旅游 / 游憩开发规划的目标	158	8.4.4 旅游和游憩优先开发区	199
7.1.2 旅游规划与游憩规划的区别	158	8.4.5 主要旅游度假区	199
7.2 基本规划问题	160	8.4.6 旅游中心城镇	200
7.2.1 定义	160	8.4.7 道路系统和环路	202
7.2.2 政府结构与政策	160	8.4.8 独立的设施	203
7.2.3 步骤	160	8.5 区域游憩规划编制	203
7.2.4 规划的尺度和层次	163	8.5.1 场地争夺	203
7.2.5 环境保护和旅游影响	163	8.5.2 游憩总体规划的范围、方法和内容	207
7.2.6 利益冲突	165	8.5.3 城市户外游憩区	208
		8.5.4 绿带	209

8.5.5 乡村地区	209	A1.1 游憩需求的测量	264
8.5.6 绿色通道	209	A1.2 市场细分	264
9 旅游 / 游憩总体规划：实施、资源保护 与城市户外游憩	219	A1.3 游憩和旅游需求的影响因素	265
9.1 实施战略	219	A1.4 旅游测量	266
9.1.1 涉及的其他经济部门	219	A1.5 国际旅游	266
9.1.2 呼吁协调战略	220	A1.6 2010 年全球旅游预测	267
9.1.3 融资方法选择	221	A1.7 国内旅游	268
9.1.4 设施建设与管理	222	附录 A2: 旅游和游憩投资——方法与资金来源	268
9.1.5 人力资源培训	222	A2.1 旅游投资的特征	268
9.1.6 交通	223	A2.2 创收潜力	268
9.1.7 旅游和游憩产品的组织和促销	224	A2.3 接待设施	268
9.1.8 旅游和游憩开发的土地控制	225	A2.4 其他设施	268
9.2 资源保护	226	A2.5 公共部门参与	269
9.2.1 自然公园	226	A2.6 经济援助的形式	269
9.2.2 环境控制中的“敏感地区”	226	A2.7 资金投入的主要来源	270
9.2.3 自然公园和敏感地区规划	229	附录 A3: 旅游和游憩影响——社会经济数据	270
9.2.4 道路保护	230	A3.1 经济数据的搜集	271
9.2.5 游客与历史纪念地	230	A3.2 成本评估	271
9.2.6 孤立纪念地	231	A3.3 国家和地区收入与旅游	271
9.2.7 纪念地群	231	A3.4 就业	271
9.2.8 市镇与文化中心	232	A3.5 政府收入和地方收益	272
9.3 城市户外游憩规划	232	A3.6 消极及不可量化的影响	272
9.3.1 原则	234	附录 A4: 旅游交通——发展近况及趋势	273
9.3.2 城市公园标准	242	A4.1 交通运输的发展	273
9.3.3 公园规划原则	244	A4.2 航空运输的发展	273
9.3.4 新城市公园的创建	245	A4.3 飞机的发展	274
9.3.5 “生态公园”	251	A4.4 机场发展	274
9.3.6 湖滨、海滨与溪岸	251	A4.5 公路交通	275
9.3.7 步行广场、步行区与步行网络	251	A4.6 铁路交通	275
9.3.8 街区游憩区	257	A4.7 海上交通	275
9.3.9 户外游憩区规划	257	A4.8 游轮旅游	276
附录: 编制规划的重要资料	264	参考文献	277
附录 A1: 旅游与游憩市场——对需求和趋势的影响	264	索引	281

1 规划的背景

1.1 游憩和旅游的关系

休闲、游憩和许多旅游活动之间的定义正在被不断变化的生活方式所打乱，而且不同术语之间也常常混用。但是，为了市场统计、市场分析和产品分类，对上述现象进行准确定义是非常必要的。

1.1.1 闲暇和游憩（定义）

- **闲暇** 是除工作、睡眠和其他基本需要时间之外的个人自由时间。它是人们能按个人的意愿来决定如何使用的时间。其中“基本需要”包括必要的烹饪、购物、家务劳动、照看儿童和医疗等活动。“工作”还包括上下班所花的时间。
- **游憩** 广义来说包括所有在闲暇时间里进行的活动，但不包括此间从事的某些责任事务（加班、第二职业、在家从事研究和各种家庭内房屋维护工作）。本书将游憩和旅游视为两个不同概念，但彼此互有重叠。
- **游憩活动** 根据活动性质和所使用的设施的类型，可以将游憩活动粗略地划分为6种类型：

前面三类游憩活动虽然也是在闲暇时间中进行的主要类型，但并非本书考虑的重点。社会、文化活动和室内运

动属于更为专业性的问题，只有当它们成为某些游憩或旅游开发中的重要组成部分时，本书才加以考虑。

为了反映营销、规划和融资等领域的不同需求，本书还对另一对需求概念加以区别：一种是对“社区游憩”的需求，另一种是对“休闲旅游”的需求。

1.1.2 游客和旅游者（定义）

游客 是世界旅游组织（WTO）为统计便利而提出的定义，它是指那些离开其惯常环境、目的不是在其所到访的国家或地方所从事的活动中获取报酬的旅行者。游客可以分为如下类型：

- **国际游客** 旅行到其他国家的游客（以抵达目的地国家的人数来测量）；
- **国内游客** 在本国内旅游的公民。

更细的类别是依据游客的出游动机（商务、休闲、健康等）和滞留时间来划分：

- **旅游者** 指至少停留一夜的游客；
- **一日游客** 停留时间少于24小时、没有过夜的游客；
- **游轮乘客** 可在到访国消磨数天但仅在游轮上过夜的游客。

为了规划的目的，本书将当地游憩产品的使用者划分为以下几种类型：

- **郊游者** 为愉悦目的旅行一定距离、到访一个或多个地方的一日游客；
- **游憩者** 多数是指为非正式户外游憩、运动和休闲旅游的目的，利用一天或更短的时间造访某些适宜的地点并使用那里的游憩设施的城镇居民。
出行活动可以分为（WTO，1991）：
 - **独自旅行** 由游客自行安排交通和接待等事项的旅行；
 - **团体旅行** 游客结伴旅行参与节事（会议、展览）且/或参加一揽子旅游计划（全包假日旅游）。

活动类型	示例
家庭游憩	看电视、阅读、听音乐、园艺、业余爱好
社交游憩	文娱、餐馆就餐、酒吧、参加聚会、走亲访友
文教艺术游憩	前往剧院、音乐会、展览会、博物馆、参加非职业性课程
运动游憩（参与或观赏）	高尔夫球、足球、游泳、网球、保龄球、飞镖、体操
非正式户外游憩	驾车兜风、到海边或乡下一日游、散步、野炊
过夜的休闲旅游	长距离旅行和旅游、周末度假、节日和假期旅游

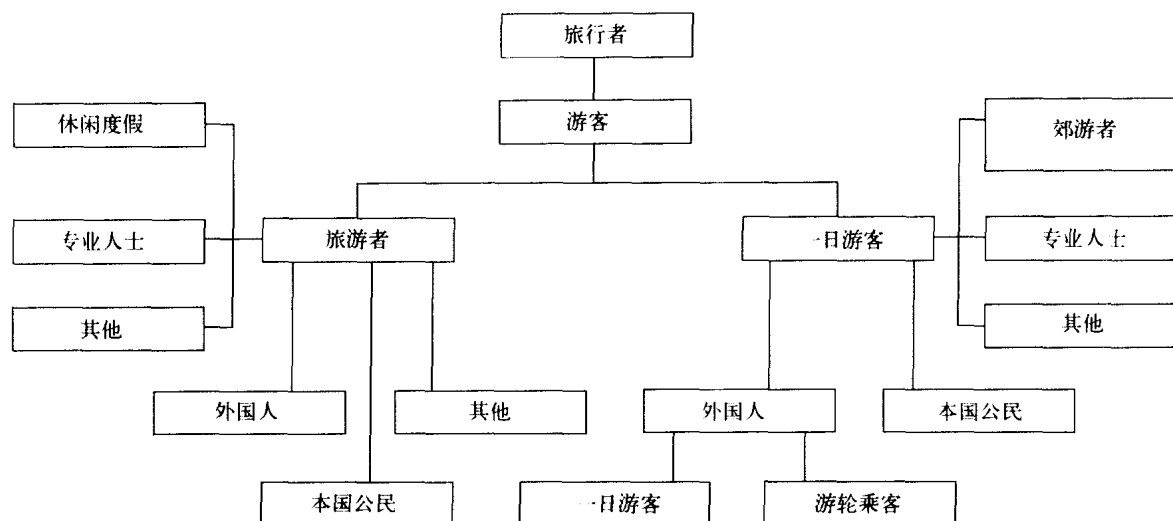


图 1.1

因此，可以通过其组成要素来定义旅游的概念，即旅游者出行方式、他们在目的地所从事的旅游活动，以及为满足旅游者需求而提供的设施及服务。

1.1.3 模糊的边界

游憩和旅游之间的界限是不明显的，因为这两种活动常常共享相同的环境和设施，并且常常争夺相同的空间和资金：

- 游憩和旅游二者都能从改善环境质量、保护并修复国家遗产的努力中获得益处。
- 为满足当地游憩需求而修建的高质量设施（溜冰场、游艇码头、高尔夫球场等）通常会增加当地旅游的吸

引力，产生对接待设施及其他服务的需求。当地文化资源的改善（如博物馆、音乐厅、剧院等）也能促进旅游产品的生长。

- 诸如主题公园或滑雪度假地等类型的标新立异的休闲产品的开发，不仅要能够吸引旅游者，也要吸引一日游者。酒店和度假地设施在一定程度上需要依赖本地使用者消费所产生的收益（如俱乐部会员资格销售、餐馆的消费等）。

1.1.4 旅游和游憩的需求

对户外游憩活动的需求主要发生在城市和人口密集的区域里。它在交通便利的范围内，对涉及到的资源和场地

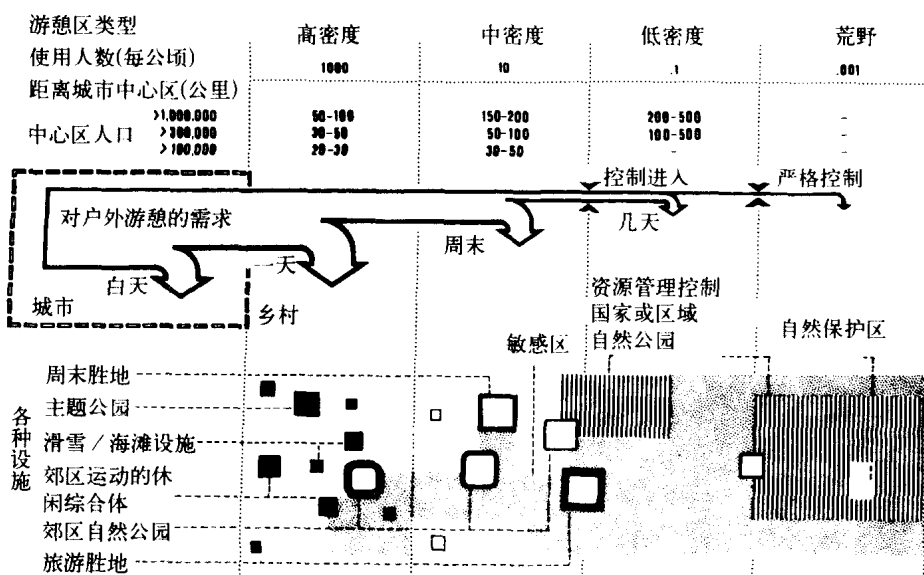


图 1.2

区位	游憩需求	典型密度（人／公顷）	范例
城区范围内	为学校、员工、俱乐部会员、地方社区提供的当地设施	2000～3000（观赏类体育项目密度更大）	运动场、城市公园、人造休闲中心
城镇近郊	为高密度使用者提供的集中型游憩设施，并辅之以更多绿地和休闲活动中心	2000～3000 100～200	主题公园、公共海滨 城郊运动和休闲公园
地区内（周末使用）	更加分散的设施，控制区位、密度和特色	10～150	周末度假地、滑雪胜地、海滨／湖滨和乡村度假地
更远区域	保护区、资源的严格控制和管理	小于0.1	自然公园

产生了很大的影响。根据抵达这些目的地的时间（时间距离）和可参与活动的类型（参与时间）的不同，游憩需求的形式也各不相同。

总耗时	游憩区位	距离
数小时	市区内或其附近	1～10km
一天	郊区内	20～100km
周末	区域内	50～200km
长／短假期	通常是度假和观光目的的更远距离的旅行	

游憩者们所能到达的距离往往随其客源地城镇规模的增大而增加。作为主要的游客产生地，城镇中心对游憩者人数有重要影响：离开城镇中心距离越远，游憩者人数越少，对资源利用的压力也随着时间距离的增加而减小。因此对资源保护和管理来讲，边远地区更为有利（如国家公园、自然保护区等）（见图 1.2 和上表）。

1.1.5 旅游和游憩：相同点和不同点

和旅游一样，游憩也包括全包旅行、郊游或参与节事等形式。更为常见的是，游憩产品通常由个人自行安排，人们会很重视活动耗时（到目的地所需的时间距离和用于游憩活动本身的时间）和机会成本问题。虽然游憩通常与

旅游共享同样的吸引物和资源，它们还是有很多区别的（见下表）。

在第 7 章 7.1.2 节下，我们还比较了游憩与旅游在市场营销、经营管理和投融资等方面的异同。

1.2 旅游／游憩系统的复杂性

- 旅游和游憩是一项涉及多种部门的产业活动，包括：
- 经济中的其他部门（交通、教育、城市发展、工业、林业、电信、信息等）；
 - 国家、区域和地方的社会—经济政策；
 - 社会—政治传统。

虽然本书主要关心物质规划的需求，但是我们在进行土地利用和资源配置等方面的决策时，同样需要考虑经济、社会环境及其效应的影响，实际上这些因素往往会对决策产生决定性的作用。

“游憩规划是将人们的闲暇时间与空间连接在一起的过程。它既是一门艺术，又是一门科学，利用多种学科的概念和方法，为人们提供城市公共休闲或私人休闲的机会。在具体实践中，游憩规划集环境设计和社会科学的知识与技术于一体，对闲暇时间、空间、精力和钱财加以开发利用

比较事项	旅游	户外游憩
设施	由私人部门所开发、商业可行性重要	通常由公共部门投资和参与
目的地选择	目的地选择多样、国际间竞争激烈	受时间距离限制、选择余地不大
环境质量	具有独特的风格，目的地形象至关重要	在城郊和乡村地区环境质量很重要
组织者	中介具有重要作用（旅行社、代理商）	俱乐部、社团、协会可能介入
游客数量	受目的地接待容量限制	受腹地人口、可达性和设施容量决定
资源需求	四季不间断使用、对过量需求敏感	在周末和公共节假日高度集中、对拥挤不敏感
经济效益	资金、就业、旅游消费等流动性大	就业(主要是临时工)和消费有限

以满足人类的游憩需求……游憩规划是物质规划与社会规划的综合。”

(Gold 1980, p.5)

许多规划的失败,是由于没有对融资手段和项目的实施予以足够的重视,没有注意到目的地之间竞争的存在,或者对规划实施过程缺乏足够的监督。

1.2.1 与整个社会—经济政策的关系

旅游业的发展几乎完全依赖于其他部门的发展,因此旅游规划的制定必然需要与许多相关原则保持一致:

- 为实施旅游·游憩开发所采取的措施(培训、融资、基础设施、土地管理、资源保护等)必须和其他相关的国家政策(教育、国家预算、公共事务、环境等)相一致。
- 任何对土地和自然环境的压力,无论来自何种产业(旅游、采矿、工业、农业),都必须得到控制,以避免对资源造成不可逆转的破坏。
- 旅游总体规划必须综合国家的经济发展规划和计划,也必须综合全国、区域或本地层次上的物质(土地利用)规划。
- 旅游发展规划应该反映当地政治、社会和经济方面的优先项目,譬如就业、税收、区域发展、国家形象、社会旅游、社区游憩等因素,需在规划中明确考虑。

关于融资和社会经济等方面问题,我们将在第8章和附录A2、A3中再详加讨论。

同样,公共游憩规划也必须综合教育、健康、住宅、交通、环境、农业、森林、社会福利和就业政策等方面的内容。

1.2.2 国际旅游、国内旅游和游憩的关系

在国际旅游经济效益(高消费、外汇收入)对旅游规划产生主导影响的同时,我们也不能忽视国内旅游和地方游憩的需求:

- 许多设施都由以上三种市场共享(特别是在发达国家);
- 三种市场经常存在对某些热点景区(以及资金)占用方面的竞争;
- 社会政策包括游憩和国内旅游的开发。

在发展中国家,旅游设施的收费往往超出大多数当地居民的能力,补偿的办法可以通过对社区游憩(如公共海

滩、运动场等)的投资来实现。

1.2.3 相互竞争的目的地之间的关系

任何国家的旅游业的发展,从某个角度来说都是受其邻国的发展所影响的,更为常见的是,具有相似性的目的地之间存在更大的竞争:具有竞争力的新设施、关税政策、与大型旅行商和运输商达成的贸易协定的介入,会从根本上改变国际旅游市场。对替代性目的地和竞争性的旅游产品的评价,是旅游发展规划的重要组成部分。

对于游憩活动来说也是同样的:在任一市场腹地内,对某特定运动和游憩设施(例如网球场)的潜在需求是一定的,供给过量将会导致市场饱和。现有的设施也受到新建的、更多功能的项目的竞争影响,这时需要再投资以改善原有设施的生命周期。

1.2.4 旅游/游憩部门内的角色和关系

任何发展规划的实施都离不开与旅游业密切相关的各方的共同参与:

- **开发者** 是指那些提出某一项目、并将各种所需资源和技术集中在一起以实现其构想的企业或机构。这些资源和技术包括:场地、资金、专业技术投入等。这些开发者可以是某个私人(宾馆老板、土地所有者),也可以是某个商业公司或某个公共机构。开发项目的性质在很大程度上反映了开发者的动机、兴趣和目的。商业性开发计划以及其实施战略,很大程度上取决于外部条件,例如市场可行性、资本和土地成本、政治和经济条件,以及投资能力等。
- **旅游中介** 是指那些将实际的设施和潜在客户联系在一起的实体、代理商或经营者。它们包括旅行批发商和旅行社,航空、海运和陆地的运输机构,以及专业性新闻机构和促销机构。旅游中介直接和客户接触,因此他们对客户的旅游活动决策和目的地选择有十分重要的影响。

旅游中介在以下几方面发挥重要作用:

- 组合旅游产品(协助+旅行+接待+售后服务);
- 直接参与开发(通过投资、融资和管理);
- 出售产品和服务;
- 提供预订服务(独立提供或通过特许);
- 组织节事活动和会议。

- 国家、区域或地方的公共管理机构 在旅游和游憩开发中扮演了非常重要的角色：

- 制定规划、进行决策、施行监督和建立法规；
- 采取直接或间接激励方式，参与基础设施和旅游设施的投资；
- 通过建立组织结构来参与公共机构和/或私人部门之间的合作（旅游管理、联合经营公司等）。

一项旅游发展规划要努力使上述所有利益主体之间常常是互相冲突的利益达成一致。旅游规划要体现各利益主体的责任、重要性和影响力，体现各决策机构的意向。

在游憩设施开发和游憩发展规划中，我们可以区分出类似的利益主体，它们各自发挥作用或共同发挥作用：

- **公共团体**（例如：游憩委员会、游憩和公园管理处、学校和其他公共机构等）；
- **私人非营利机构**（例如：青年组织、运动协会和俱乐部、公司为员工提供的游憩设施的管理机构等）；
- **商业部门**（例如：娱乐公园、保龄球馆、高尔夫球场等）。

1.3 围绕旅游产品的规划

旅游业（或游憩业）是一个复杂的系统，许多决定性因素受其他部门影响，同时也影响着其他部门。

通过比较一般旅游规划所面临的困难，注意到许多经常相互冲突的各种关系，就像图1.3给出的那样，就会发现从特定的旅游产品出发来规划，也许更为实际。

1.3.1 旅游产品

旅游产品是资源、设施和服务的“合金”。在全包旅游当中，旅游产品的特征最为突出：旅行社将所有度假因素综合在一起，然后以统一价格将该全包产品出售给顾客。实际上，不管人们是否通过旅行社，所有的游客都购买了全包产品：散客依靠自己的能力走访景点或购买相应的设施，创造自己的产品。

旅游产品可以集中于某一地点（例如一次在某度假区内的全包假期）或散布在某一区域（如一次多目的地观光旅游）。它们可以专为某一特定团体而组织（如有组织的会议、高尔夫度假等），或围绕某一特定设施的使用而展

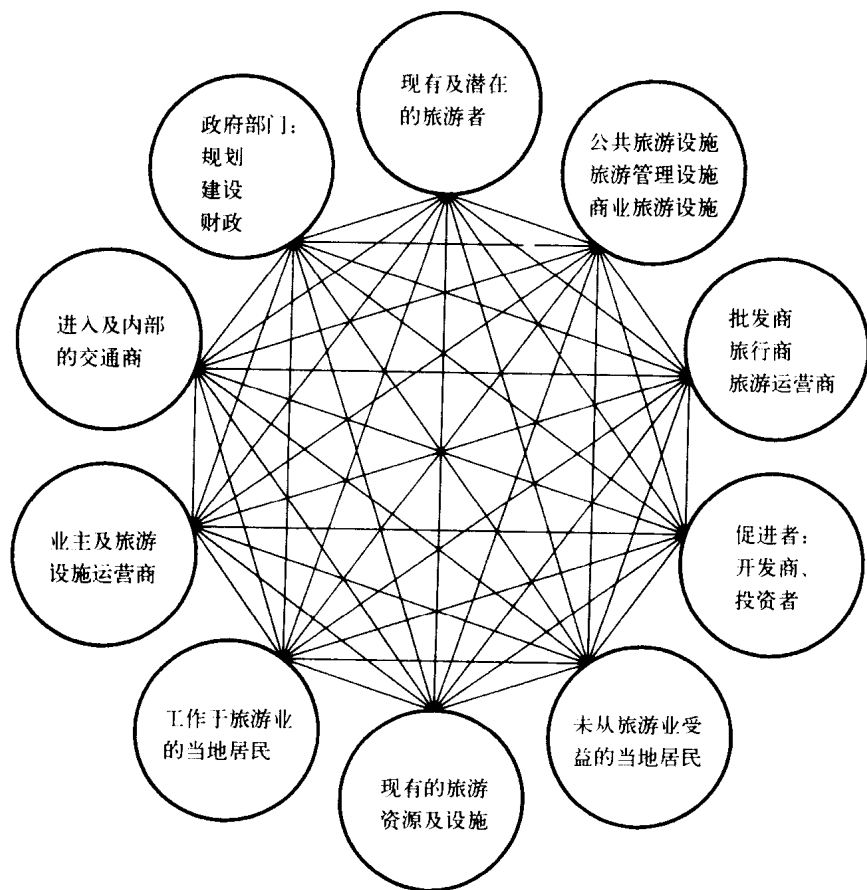


图1.3 资料来源：A. & M. Baud-Bovy arch/planners

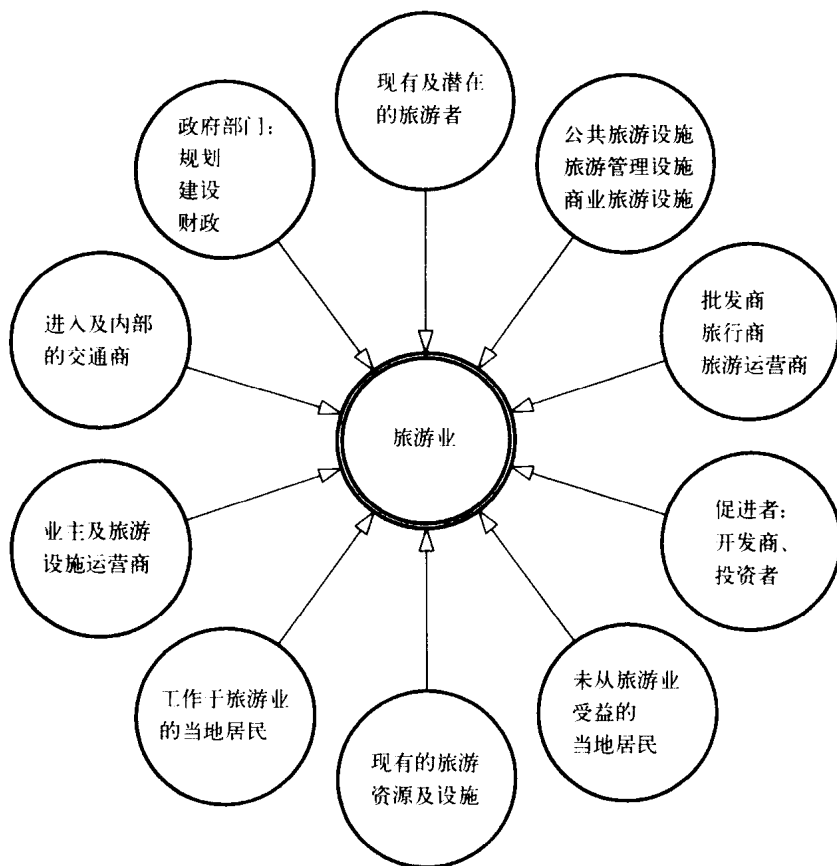


图 1.4 资料来源：A. & M. Baud-Bovy arch/planner

开（如游船旅行、宾馆的钟点房等）。

大多数旅游产品是多种兴趣的组合：基本的吸引物是出游的主要动机，但是其他一些因素如住宿设施的质量、社交活动、旅行的便利条件等等，都会对产品的选择有很大的影响。

产品分类的确定，可以为我们专门针对特定细分市场设计吸引物，并为设施的规划和标准的制定提供基础。产品定位则力图建立产品的独特形象并树立品牌；它使某一目的地以其独特特征（异国情调的、久负盛名的、独一无二的）而为旅游者所识别。

应该注意的是，若从提供者的角度来说，旅游产品还有另一层含义，即每一提供者所能提供的物品、设施和服务的范畴。

1.3.2 规划围绕产品

围绕产品编制——用成功的设计方案来满足不断增加的游客需求，尽量减少成本，吸引更多的市场细分——具有许多优势：

有了以上优势，就可以方便地确定符合开发政策的产品了。我们还可对同一规模的投资在不同经济部门（农业、手工业等）的投入产生的可能效益进行比较。

优势	说明
选择具有完全可行性的方案	从规划阶段开始，就关注潜在市场的动机、习惯、需求、购买力和其他特征
提供与所有旅游开发相关的利益主体进行沟通的渠道	联合各利益主体的共同利益，解决潜在的冲突
考虑类似目的地间的竞争	可进行专门的SWOT(优势、劣势、机会和威胁)分析
允许对每一产品进行详细的社会经济 and 环境影响分析	对可行性、对外交流的成本和受益、附加值、创造的就业机会、战略目标的实现等进行评估

读者可以通过给出的两个案例，看到产品分析不仅可用于旅游产品的开发分析，同样也可应用于游憩产品的分析比较。