



普通高等教育“十二五”规划教材

# 旅游规划原理

主 编 杨晓霞 向 旭  
副主编 雷 丽 张 瑜



科学出版社



普通高等教育“十二五”规划教材

# 旅游规划原理

主 编 杨晓霞 向 旭

副主编 雷 丽 张 瑜

科学出版社

北 京



## 内 容 简 介

全书共十二章，分属于三部分内容：第一、二章主要涉及旅游规划的基础理论，第三、四、十二章涉及旅游规划编制的技术手段，第五至第十一章则是旅游规划的具体内容。全书强调理论性与实用性的结合，力图将我国现阶段旅游规划编制中的理论问题和技术方法较为完整地展示给读者。

本书既可以作为高等院校地理、旅游、规划及相关类专业的教材，也可供从事旅游规划编制、管理的人员参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游规划原理/杨晓霞，向旭主编. —北京：科学出版社，2013.6

普通高等教育“十二五”规划教材

ISBN 978-7-03-037682-4

I. ①旅… II. ①杨… ②向… III. ①旅游业-经济规划 IV. ①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第118302号

责任编辑：杨 红 / 责任校对：刘 洋

责任印制：阎 磊 / 封面设计：陈 敬

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码：100717

<http://www.sciencep.com>

北京市文林印务有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2013年6月第 一 版 开本：787×1092 1/16

2013年6月第一次印刷 印张：17 1/2

字数：446 000

定价：35.00 元

(如有印装质量问题，我社负责调换)

# 目 录

<b>第一章 旅游规划概论</b> .....	1
<b>第一节 旅游规划的概念</b> .....	1
一、旅游规划的定义 .....	1
二、旅游规划的类型 .....	2
三、旅游规划的特点 .....	6
<b>第二节 旅游规划的发展历程</b> .....	7
一、国外旅游规划的发展历程 .....	7
二、中国旅游规划的发展历程 .....	9
三、我国旅游规划编制和实施中存在的问题 .....	12
<b>第三节 旅游规划的原则和内容</b> .....	13
一、旅游规划的原则 .....	13
二、旅游规划的要求 .....	15
三、旅游规划的内容 .....	17
<b>第二章 旅游规划的编制与管理</b> .....	25
<b>第一节 旅游规划的编制程序</b> .....	25
一、确定编制单位和任务 .....	25
二、组建规划编制班子 .....	25
三、旅游规划的编制 .....	27
四、旅游规划的完善与实施 .....	28
<b>第二节 旅游发展规划的编制</b> .....	28
一、旅游发展规划的概念和任务 .....	28
二、旅游发展规划的内容 .....	29
三、旅游发展规划的成果形式 .....	30
<b>第三节 旅游区规划的编制</b> .....	31
一、旅游区规划的概念 .....	31
二、旅游区总体规划的编制 .....	31
三、旅游区控制性详细规划的编制 .....	34
四、旅游区修建性详细规划的编制 .....	35
<b>第四节 旅游规划管理</b> .....	36
一、旅游规划的招标 .....	36
二、旅游规划的评审 .....	37
三、旅游规划的审批、实施与修编 .....	40
<b>第三章 旅游资源的调查与评价</b> .....	42
<b>第一节 旅游资源的“国标”分类</b> .....	42
一、旅游资源的“国标”分类方案 .....	42

二、旅游资源“国标”分类方案存在的主要问题	46
第二节 旅游资源调查	48
一、旅游资源调查的目的和要求	49
二、旅游资源调查的类型	49
三、旅游资源调查的程序	50
第三节 旅游资源评价	57
一、旅游资源评价的原则	57
二、旅游资源评价的方法	58
三、旅游资源评价的内容	58
四、典型的旅游资源评价体系	60
第四章 旅游市场调查与预测	67
第一节 旅游市场调查	67
一、旅游市场调查的类型	67
二、旅游市场调查的内容	70
三、旅游市场调查的技术	71
四、旅游市场调查的程序	77
第二节 旅游市场预测	79
一、旅游市场预测的内容和程序	79
二、旅游市场预测方法	79
第三节 旅游市场细分与目标市场选择	90
一、旅游市场细分	90
二、旅游目标市场的选择	93
第五章 旅游空间布局规划	95
第一节 旅游空间布局的理论基础	95
一、旅游空间布局的概念	95
二、旅游空间布局的原则	95
三、影响旅游空间布局的因素	97
第二节 旅游空间布局的方法与内容	98
一、旅游空间布局的表达方法	98
二、旅游空间布局的技术方法	99
三、旅游空间布局的内容	102
第三节 旅游空间布局模式	103
一、旅游空间布局的理论模式	103
二、旅游空间布局的实践模式	106
第六章 旅游形象规划	108
第一节 旅游形象规划的基础理论	108
一、旅游形象的概念	108
二、旅游形象的形成过程	109
三、旅游形象的特点	110
第二节 旅游形象的调查与分析	110

一、地方性研究 .....	110
二、受众调查与分析 .....	112
三、形象替代性分析 .....	113
第三节 旅游形象定位 .....	115
一、旅游形象定位的概念 .....	116
二、旅游形象定位的方法 .....	116
第四节 旅游形象的塑造 .....	119
一、旅游形象口号的设计 .....	120
二、旅游标徽的设计 .....	125
三、旅游吉祥物的设计 .....	126
四、旅游标准字体和标准色的设计 .....	126
五、其他旅游形象系统的设计 .....	127
第五节 旅游形象的传播 .....	128
一、旅游形象的传播工具 .....	128
二、旅游形象传播的方式 .....	129
三、旅游形象传播效果的评估 .....	130
<b>第七章 旅游设施规划 .....</b>	<b>132</b>
第一节 旅游基础设施规划 .....	132
一、旅游交通规划 .....	132
二、通信规划 .....	136
三、供电规划 .....	137
四、给排水规划 .....	138
五、其他旅游基础设施规划 .....	141
第二节 旅游专门设施规划 .....	142
一、旅游住宿设施规划 .....	142
二、旅游餐饮设施规划 .....	144
三、旅游娱乐设施规划 .....	144
四、旅游购物设施规划 .....	147
五、游览设施规划 .....	147
<b>第八章 旅游产品规划 .....</b>	<b>151</b>
第一节 旅游产品的类型 .....	151
一、按旅游产品的性质分类 .....	151
二、按旅游产品的功能分类 .....	153
三、按旅游产品的时代特征分类 .....	154
四、旅游产品动态分类 .....	155
五、按旅游者对旅游产品的体验程度分类 .....	157
六、按旅游者的需求程度分类 .....	158
七、按旅游者的参与程度分类 .....	158
八、旅游产品的其他分类方案 .....	159
第二节 旅游产品的规划设计 .....	160

一、旅游产品规划设计的原则	160
二、旅游产品规划设计的方法	162
三、旅游产品的设计程序	163
<b>第三节 旅游线路规划设计</b>	165
一、旅游线路概述	165
二、旅游线路规划设计的必要性	168
三、旅游线路规划设计的原则	169
四、旅游线路设计的技术问题	172
五、旅游线路规划设计的内容	173
六、区域旅游线路和旅游区游览线路的设计	175
<b>第四节 旅游商品规划</b>	175
一、旅游商品概述	175
二、旅游商品规划的原则	178
三、旅游商品规划要点	179
<b>第九章 旅游解说系统规划</b>	182
<b>第一节 旅游解说系统概述</b>	182
一、解说与旅游解说	182
二、旅游解说系统的类型	183
三、旅游解说系统的功能	187
<b>第二节 旅游景区解说系统的规划设计</b>	188
一、导游解说系统规划	188
二、标牌解说系统规划	190
三、游客中心规划设计	193
四、旅游景区音像解说系统规划	195
五、旅游景区印刷物解说系统规划	197
<b>第十章 旅游资源与环境保护规划</b>	199
<b>第一节 旅游容量的测算及其应用</b>	199
一、旅游容量的概念	199
二、旅游容量的测算	202
三、旅游容量的应用	207
<b>第二节 旅游资源保护规划</b>	209
一、地质地貌旅游资源的保护规划	210
二、水体旅游资源的保护规划	211
三、生物旅游资源的保护规划	212
四、文物古迹旅游资源的保护规划	212
五、民族风情旅游资源的保护规划	213
<b>第三节 旅游环境保护规划</b>	213
一、旅游规划所涉及的环境质量标准	214
二、不同旅游地应达到的环境质量标准	217
三、旅游环境保护规划要点	218

<b>第十一章 旅游保障体系规划</b> .....	221
<b>第一节 旅游组织管理规划</b> .....	221
一、旅游组织管理的概念 .....	221
二、我国的旅游组织管理体制 .....	222
三、旅游组织管理规划的内容 .....	223
<b>第二节 旅游法律法规和政策规划</b> .....	225
一、旅游法律法规规划 .....	225
二、旅游政策规划 .....	226
<b>第三节 旅游投资效益分析与投融资规划</b> .....	230
一、旅游投资估算 .....	230
二、旅游投资效益分析 .....	231
三、旅游投资规划 .....	233
四、旅游融资规划 .....	234
<b>第四节 旅游人力资源规划</b> .....	237
一、旅游从业人员的类型 .....	238
二、旅游人力资源需求预测 .....	239
三、旅游人力资源规划的内容 .....	241
<b>第十二章 旅游规划图的绘制</b> .....	244
<b>第一节 地图的基础知识</b> .....	244
一、地图与旅游地图 .....	244
二、地图的类型 .....	246
三、地图的要素 .....	247
<b>第二节 旅游规划图的绘制</b> .....	249
一、旅游规划图的特点与功能 .....	249
二、旅游规划图的类型 .....	250
三、旅游规划图的要素 .....	251
四、旅游规划图的设计 .....	253
五、旅游规划图的编绘程序 .....	256
六、常见旅游规划图的编绘要点 .....	257
<b>第三节 计算机制图</b> .....	260
一、计算机制图概述 .....	260
二、计算机制图的程序 .....	261
三、绘制旅游规划图的常用软件 .....	261
<b>主要参考文献</b> .....	267
<b>后记</b> .....	272



# 第一章 旅游规划概论

## 第一节 旅游规划的概念

### 一、旅游规划的定义

#### (一) “规划”释意

在古汉语中，“规”本义为校正圆形的器具，《诗经·小雅·沔水序》郑玄笺：“规者，正圆之器也”（王先谦，1987）；后来引申为规划、打算等，如《淮南子·说山训》：“事或不可前规，物或不可虑，卒然不戒而至”（刘安，2002）。在现代汉语中，规划则指“较全面或长远的计划”（《辞海》编辑委员会，1999）。

在英语中，对应于规划或者计划的词汇主要有 plan、programme、project、design、sketch out、blueprint、layout 等，其中最常用的是 plan，意指“提前安排某种措施”（Fowler et al., 1990）。

现代一些学者试图给规划下一个简明的、不带褒义或贬义的定义，即未来行动的方案。规划具有三个主要特征：其一，必须与未来有关；其二，必须与行动有关；其三，必须由某个机构负责促进这种未来行动（博恩斯坦，1980）。

也有一些学者特别强调规划是一个过程，即规划是人们以思考为依据，安排其行为的过程。内涵主要有二：一是对某种目标的追求或某种状态的设想；二是实现某种目标或达到某种状态的行动顺序和步骤（赵黎明、费安民，2005）。

综上所述，规划应具有以下几个基本内涵：①规划的对象是未来状态；②规划要对实现某种目标设计出恰当的路径；③规划是一个过程。

因此，可将规划定义为：对未来状态进行设计、部署和安排的过程。

#### (二) 旅游规划的定义

目前，国内外学者对旅游规划作了大量的定义（表 1-1）。

表 1-1 学术界关于旅游规划的代表性定义

序号	定义内容	定义者	文献出处
1	预测与调节系统内的变化，以促进有序的开发，从而扩大开发过程的社会、经济与环境效益	墨菲（Murphy）	赵黎明,黄安民.2005.旅游规划教程.北京:科学出版社, 2
2	在调查研究与评价的基础上来寻求旅游业对人类福利和环境质量的最优贡献的过程	盖茨（Getz）	同上
3	经过一系列选择决定合适的未来行动的动态的、反馈的过程	甘恩（Gunn）	同上
4	旅游规划……是旅游未来状态的设想，或是发展旅游事业的长远的、全面的计划	陈安泽，卢云亭	陈安泽,卢云亭.1991.旅游地学概论.北京:北京大学出版社, 184
5	旅游资源优化配置与旅游系统合理发展的结构性筹划过程	吴人韦	吴人韦.1999.旅游规划原理.北京:旅游教育出版社, 36

从表 1-1 可知,造成这些定义差别的原因主要是其出发点和侧重点各不相同。例如,有的定义强调了旅游规划的内容(如定义 1、4);有的强调了旅游规划的技术方法(如定义 2、3);有的强调了旅游规划的性质(如定义 4、5);有的则强调了旅游规划的目的(如定义 1、2)。

综合上述关于旅游规划定义的合理成分,结合我国的实际,可将旅游规划定义为:旅游规划是对某一区域内未来旅游系统的发展目标和实现方式的整体部署过程。旅游规划经政府相关部门审批后,是该区域进行旅游开发、建设的依据。

## 二、旅游规划的类型

### (一) 根据旅游规划的空间维度分类

最常见的是以行政区域作为分类标准。我国学者根据中国的实际情况,将旅游规划分为以下类型。

#### 1. 国际旅游规划

旅游规划的区域包含两个以上的国家或地区,规划的目的在于联合进行旅游市场营销,强化地区旅游的整体形象,协调旅游业的发展。例如,琼·S. 霍尔德(Jean S. Holder)以新的世界秩序为背景,编制加勒比海地区的旅游规划(Harrison et al., 2004)。

#### 2. 国家旅游规划

由国家旅游主管部门组织编制,对一个国家未来旅游业发展蓝图进行绘制。国家旅游规划是国家社会经济发展总体规划的一个有机组成部分,对国家旅游业的发展起着宏观调控作用。国家旅游规划主要对全国未来的旅游接待人数、旅游收入、旅游增长速度等发展指标进行设置,对旅游基础设施建设、宣传促销、旅游政策等进行相应的规划。例如,我国从 1986 年开始,先后编制的旅游业发展“七五”、“八五”、“九五”、“十五”、“十一五”、“十二五”规划(计划)均属于此类。

#### 3. 省级旅游规划

省(自治区、直辖市)的旅游发展规划,是在省级旅游主管部门的组织下编制的,它是根据国家级旅游规划和本地区实际情况编制的,不仅具有地方特点,而且与全国旅游发展规划相衔接,是国家旅游规划的延伸。省级旅游规划的重点在于本省(自治区、直辖市)旅游发展战略和产业结构的制订。

#### 4. 县(市)旅游规划

在上一级旅游规划的指导下,对某一县(市)的旅游发展作出的构想。

### (二) 根据旅游规划的时间维度分类

#### 1. 远期旅游规划

规划期限在 10 年以上,是具有战略性、预见性和纲领性的旅游规划,不确定的因素比较多,对中短期旅游规划具有指导作用。

## 2. 中期旅游规划

规划期限为6~10年,比远期旅游规划内容更具体、更详细。主要任务是解决旅游发展中的一些重大问题,如发展战略、发展速度、旅游布局、发展目标等。

## 3. 近期旅游规划

规划期限为1~5年,是中期旅游规划的具体化。近期旅游规划的不确定因素比较少,可以比较准确地预测规划期各种因素的变动及影响。近期旅游规划需要对中远期旅游规划的各项任务予以具体的数量表现,并对实现规划目标的各项措施作出具体的安排。

有时候又将规划期限为一年的旅游规划称为年度旅游计划,规划内容更加详细和准确,是实现近期旅游规划目标的具体执行计划。

### (三) 根据旅游规划的性质分类

#### 1. 旅游发展战略规划

从全局和宏观上指导旅游的发展,综合考虑整体利益,解决旅游业发展的方向性问题,如战略目标、发展速度、发展规模、客源市场、人才培养、基础设施建设、重点旅游资源的开发、旅游资源和环境的保护、旅游服务、旅游管理等。

#### 2. 概念性旅游规划

“概念性”一词源自英文“conceptual”,含有“理想化、理论化”之意,着重于概念、思想的形成。“概念性规划”是指注重于构思、研讨或理论化、理想化的规划设计。

概念性规划最早出现于建筑规划中,是指不以实际建造为目的,不受或较少受到实际建造的客观条件限制,不受原则或纲领约束的纯研究或探讨性的规划设计。

近年来,概念性规划被引入到旅游规划中,出现了概念性旅游规划。对于概念性旅游规划的定义,学术界还存在分歧。王建军(2001)认为,概念性旅游规划是指编制旅游规划早期的一种研讨性规划手段,是一种在理想状态下对旅游开发地旅游业发展未来的前瞻性把握和创造性构思,内容以结构上、整体上的概要性谋划为主。所谓“理想状态”是指旅游规划编制较少受到规划具体实施的主观条件(如学术分歧、本位原则、既定方针、习惯意识等)及客观条件(如交通条件、资金条件、技术条件、资料条件、时间条件等)的限制;所谓“结构上、整体上的概要性谋划”,是指该类规划仅包含旅游规划所应有的主要结构和关键性规划内容,仅要求从整体上把握核心项目的创意策划,以及这些项目的时空布局与景观环境的统一和整合过程,只需概要说明,不需要细节。史本林(2006)认为,旅游概念规划是在编制旅游规划早期,以未来学和发展观为基础,根据旅游地资源、社会、经济、文化等旅游业发展条件,对旅游地未来发展的宏观目标和长远问题作出的概要性谋划和创造性构思,是旅游规划的一种新的规划编制手段。张述林等(2009)认为,概念性旅游规划是在结合规划地各项规划以及《旅游总体规划》的前提下,通过综合分析规划地的资源、环境、市场、社会等层面的优劣势等基础要素,以一种超前的眼光,创造性的思维,对规划地的旅游业发展模式、发展方向、发展战略、发展目标、市场定位,以及总体布局与功能分区的整体把握基础上的创新性、纲领性、概念性的策划。综上所述,概念性旅游规划应该具有以下内涵:①是一个区域早期编制的旅游规划,是编制其他类型旅游规划的基础;②仅解决旅游发展中的重点问题,规划内容不需要面面俱到;③规划具有创造性,要有新的创意。

一般而言，概念性旅游规划的主要内容包括：①对规划区域的资源和客源市场进行分析和预测；②确定规划区的定位、发展方向和发展战略；③明确旅游产品的开发方向、特色和主要内容；④提出规划区旅游发展的重点项目；⑤提出相关要素发展的原则和方法等。

概念性旅游规划强调思路的创新性、前瞻性和指导性，是对旅游宏观发展思路的研讨手段，在实践中表现出较大的优越性：①更具想象空间和创造性思维，更具前瞻性和生命力；②讲究结构上、整体上的谋划，抓主要矛盾；③运用模糊论证，允许存在偏差；④少数旅游规划人员即可完成，不需要复杂的技术流程；⑤快速灵活，低成本，高效率，便于及时编制，及时修订，及时更新资料，适应了现代旅游市场竞争的需要，应用范围广（王建军，2001）。

但是，并不是所有的旅游地、旅游区都要编制概念性旅游规划。一般在投资商或者地方政府对于旅游开发思路不明确时才会编制这种类型的旅游规划。

### 3. 旅游建设规划

指导具体旅游建设活动的规划，基本不考虑旅游发展的战略性问题。这类规划的重点是旅游设施的场址选择和规划设计，包括项目设计和建筑设计，规划内容具体。

#### （四）根据旅游发展的阶段性分类

郭康（1993）提出，旅游区的建设规划可以分为三种类型：开发性规划、发展性规划、调整性规划。

##### 1. 开发性旅游规划

主要针对还没有开发旅游资源的地区，是旅游发展初期的规划。所要解决的问题是如何开发旅游资源，涉及的内容非常多，需要的投资很大，考虑的问题比较全面。

##### 2. 发展性旅游规划

旅游发展过程中所进行的旅游规划，主要解决旅游发展的战略、发展的协调和发展的保障等问题。

##### 3. 调整性旅游规划

旅游发展中期的规划，是在旅游发展具有一定规模和基础的前提下所进行的旅游规划。此类旅游规划主要是对过去的旅游开发进行调整和扩大，以适应新的旅游发展需要。

#### （五）时-空二维体系分类

吴必虎等（2010）从空间（范围大小和产品功能）和时间（旅游业成熟程度）相结合的角度出发，将旅游规划归纳为时-空二维体系。从空间的维度看，可以分为区域旅游规划、目的地旅游规划（城市和社区）和旅游区规划三种基本类型，三者的空间范围从大到小；从时间维度来看，都可以分为初期的开发规划和成熟期的管理规划（表 1-2）。

表 1-2 旅游规划的时-空二维体系分类

	区域旅游规划	目的地旅游规划	旅游区规划
发展初期	区域旅游发展（开发）规划	城市旅游发展规划	旅游区（点）开发规划
发展后期	区域旅游管理规划或营销规划	城市旅游管理规划	旅游区（点）管理规划

## 1. 区域旅游规划

区域旅游规划是指在全国、省、地区等大尺度地域范围内编制旅游业发展的总体规划，比目的地尺度和旅游区尺度的规划更为复杂和全面，一般会涉及更多的资源区域、更多的管理权限，规划时间周期更长。区域旅游发展规划是在资源与市场分析的基础上，对空间结构加以控制，对区域内的旅游产品与线路、项目与服务等加以引导或政策控制；以旅游经济产业为主，特别重视旅游开发项目、客源市场营销等的规划。

区域旅游规划按照详细程度和当地旅游业的成熟程度可进一步划分为区域旅游发展战略规划、区域旅游发展（开发）总体规划、区域旅游活动管理总体规划等类型。区域旅游发展战略规划一般由各级政府发展部门和旅游部门单独或联合编制，以简洁、扼要的篇幅提出当地旅游业发展的目标、指标、要素计划和政策支持等内容，具有战略指导意义，如我国各级政府编制的旅游业“五年规划”；区域旅游发展（开发）总体规划通常由政府有关部门委托专业机构编制，规划年限较长，一般为10~20年，涉及的规划内容比较复杂；区域旅游活动管理总体规划一般针对旅游业开发较成熟的地区，这类地区游客数量集中甚至“超载”，导致环境质量下降，旅游资源遭到一定程度的破坏，在此背景下应专门编制旅游活动管理总体规划，重点从旅游资源利用管理与服务质量管理等方面展开规划。

## 2. 目的地旅游规划

目的地旅游规划是为了游客和当地居民的共同需求而制订的产品开发和服务设施规划，以区域旅游规划为基础，对旅游开发项目和设施建设进行安排设计，是旅游发展规划的进一步落实与细化。目的地旅游规划的用地面积较小，土地利用上以旅游功能为主，规划年限较短，在5年或5年以下，属于近期规划。目的地旅游规划一般会落实到具体的空间范围内，属于较详细的规划，具有较强的物质规划属性。主要内容包括旅游市场与目的地之间的交通可达性、目的地的公共设施和管理措施、旅游吸引物组合、吸引物之间的交通联系。

城市旅游规划是目的地旅游规划的重要表现形式。它是关于特定城市区域内旅游产品开发、生产与经营的整体性发展谋划，其内容包括发展目标与实施策略制订，其对象包括城市旅游吸引体系、城市旅游服务体系、城市旅游产业体系和城市旅游环境体系。

## 3. 旅游区规划

旅游区规划应在上述两个层次规划的基础上编制，规划的空间范围较小，内容更加细致具体，物质性规划的比例更大。主要内容包括：可行性分析；环境和社会文化影响评估；开发阶段和开发计划；住宿设施、零售商店和其他服务设施、娱乐场所、公园和保护区、交通系统、步行系统等设施的区位选址；供水、供电、垃圾处理和电信等基础设施设置；建筑、景观和工程设计；游客流向和流量分析及控制；确保规划实施的组织和财务保障等。

### （六）国家标准分类方案

2003年，国家质量监督检验检疫总局发布的《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003）将我国现阶段的旅游规划分为两大类——旅游发展规划和旅游区规划（图1-1）。

#### 1. 旅游发展规划

按规划的范围和政府管理层次分为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。地方旅游业发展规划又可分为省级旅游业发展规划、地（市）级旅游业发展

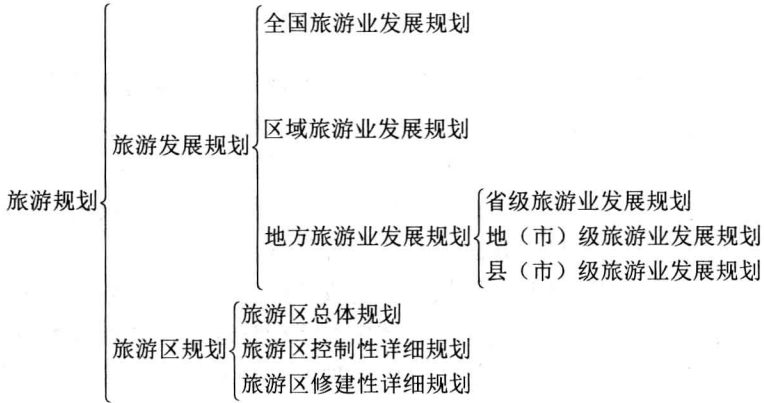


图 1-1 “国标”《旅游规划通则》对旅游规划的分类方案

规划和县（市）级旅游业发展规划等。

### 2. 旅游区规划

按规划层次分为旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划、旅游区修建性详细规划。旅游区规划的这种分类是由宏观到微观、由浅到深、由粗到细、由抽象到具体、由概念到表象的过程。不同层次的旅游规划要解决的问题是不一样的，不可能期望一个旅游规划解决旅游地开发的所有问题。例如，对于景区游客中心的规划，在总体规划中，只是用文字简要描述游客中心的风格、大概位置等，没有游客中心的图纸；在控制性详细规划中，具体说明游客中心的位置、高度、容积率、后退红线位置、道路开口等，并制作游客中心轮廓示意图；在修建性详细规划中，游客中心的细节，如平面、立面、剖面等都要涉及。

“国标”《旅游规划通则》对旅游规划的分类和我国旅游规划的编制与管理具有很强的现实指导性。

## 三、旅游规划的特点

### （一）科学性

作为指导某一区域未来旅游业发展的纲领性文件，旅游规划必须具有科学性。旅游规划的科学性主要表现在三个方面：一是旅游规划编制的程序是科学的，如旅游资源的调查与评价，旅游市场的调查与预测，旅游规划的中期评估，旅游规划的评审，旅游规划的报批等，每一个编制环节都应严格按照相关的程序进行；二是编制旅游规划的方法要科学，旅游规划的编制涉及很多内容，其中既有自然科学方面的，也有人文社会科学方面的，所涉及的内容均应采用科学的方法；三是编制旅游规划的态度要科学，特别是要用科学的态度处理旅游规划编制过程中涉及的旅游需求和旅游供给之间的矛盾，旅游开发和环境保护之间的矛盾，旅游者和目的地居民、政府之间的矛盾。

### （二）地域性

由于旅游资源的分布具有很强的地域性，各个区域的社会经济背景差异性较大，所面对的旅游客源市场、旅游业发展的基础条件和文化环境也各不相同。因此，不同区域的旅游规

划在目标设定、达到目标的路径等方面都是不一样的,旅游规划有很强的地域性。旅游发展规划的地域范围一般按行政区划分,但大型旅游区规划可跨多个行政区。

### (三) 系统性

旅游是一个复杂的系统,包括旅游资源系统、旅游设施系统、旅游客源系统、旅游服务系统、旅游环境系统、旅游保障系统等,这些子系统下面又有很多次一级的子系统。因此,旅游规划的内容必须具有系统性,处理和协调好旅游这个复杂的系统,才能使规划的内容得到实施,确保旅游活动的正常开展。

### (四) 层次性

以我国为例,旅游发展规划的层次从高到低依次为全国、区域(几个省级行政区)、省级、县级,甚至可以包括乡镇、街道等;旅游区规划的层次则包括总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划。高层次的旅游规划对低层次旅游规划具有指导作用,低层次旅游规划应服从于高层次旅游规划。

### (五) 预见性

旅游规划不仅要当前出现的问题提出解决方案,更重要的是对未来状态的设想和对可能出现的问题作出科学的预测和处理。所以,旅游规划中对未来的预测是非常重要的,正确的预测是规划成败的关键所在。

### (六) 政策性

旅游规划的编制应以所在国家或地区现行的法律法规为指导,体现其现行的政策。同时,旅游规划编制完成后,经过评审鉴定和相关部门的审批,又具有法规的效力。

### (七) 公益性

旅游规划中涉及的旅游资源、旅游基础设施、旅游环境、旅游管理机构等属于公共产品或准公共产品,这些因素在旅游规划中占有十分重要的地位。因此,旅游规划在权衡综合效益时应以社会公共利益为综合平衡的中心,应特别强调其公益性。该特点要求所有的旅游规划编制者应将旅游业发展的社会效益、环境效益放在重要的位置,不但应考虑开发者的利益,还应考虑旅游者、旅游目的地居民的利益。旅游规划的委托方应该是公众利益的代表者——各级政府。

## 第二节 旅游规划的发展历程

### 一、国外旅游规划的发展历程

世界旅游业出现于产业革命以后的欧洲,旅游规划是随着旅游业的不断发展而出现的一个新生事物。就世界范围而言,旅游规划的历史较短,在不到100年的发展过程中,先后经历了萌芽阶段、起步阶段、过渡阶段、快速发展阶段和深入发展阶段等。

### （一）萌芽阶段（20世纪30~50年代）

国外旅游规划是从微观规划起步，逐步向区域性和行业性规划发展的。20世纪30年代，英国、法国、爱尔兰等国出现了最初旅游规划，主要是为一些旅游项目或旅游接待设施作基础性的市场评估和场址的选择（如饭店、旅馆选址）。因此，从严格意义上来说，还不属于现今意义上的旅游规划。

### （二）起步阶段（20世纪50年代末~70年代中期）

20世纪50年代末，开始出现了国家（地区）层面的旅游总体规划。代表性事件是1959年编制的《夏威夷州规划》，该规划首次包括了旅游规划的内容，它标志着现代旅游规划的出现，使旅游规划第一次成为区域规划的重要组成部分。

1960年，美国学者甘恩（Gunn）参与密歇根州的半岛北部区域旅游研究，最早形成了有关旅游发展规划的基本概念，他本人因此也被尊称为倡导、编制、教授旅游规划的鼻祖。

20世纪60年代，英国、法国相继出现了正式的旅游规划。1963年联合国大会强调了旅游规划的重大意义。随后，马来西亚、中国台湾、斐济、波利尼亚、加拿大、澳大利亚、美国及加勒比海地区均兴起了编制旅游规划的热潮。例如，法国的郎济道海岸、印度尼西亚的巴厘岛、澳大利亚中部都相继编制了地区性的旅游规划。

到70年代初，旅游需要规划的观念已开始为许多国家和国际组织所认同。世界旅游组织（WTO）、联合国开发计划署（UNDP）、世界银行（WB）等国际性组织积极推动并参与了菲律宾、斯里兰卡、尼泊尔、肯尼亚等国的旅游规划编制。

### （三）过渡阶段（20世纪70年代后期）

进入20世纪70年代后期，旅游业的持续发展使旅游规划研究进一步得到加强。1977年，世界旅游组织对有关旅游开发规划的调查表明，其43个成员国中有37个编制了国家级旅游总体规划，比重高达86%。

在这一时期，世界旅游组织为了推动和规范旅游规划的编制，先后编写出版了《综合规划》和《旅游开发规划明细录》，前者是为发展中国家提供的一本技术指导手册，后者则汇集了对118个国家和地区旅游管理机构和旅游规划的调查。

1979年，世界旅游组织在实施全球范围内旅游规划调查的基础上，形成了全球在制订旅游开发方面的经验报告。

1979年，甘恩出版了他早期旅游规划思想体系的总结性著作《旅游规划》。

20世纪70年代末，规划者开始意识到旅游规划需要更多的参与性方法。例如，甘恩提倡的多个利益主体参与到旅游规划过程中，Kadt（1979）建议考虑旅游的非经济成本和收益并且要求对旅游进行社会规划。

### （四）快速发展阶段（20世纪80年代）

进入20世纪80年代后，旅游规划普及到了许多欠发达国家和地区，同时也在发达国家进一步普及和深化，出现了旅游规划的修编热潮。如印度尼西亚在1981年编制了《奴萨-坦格旅游规划》，夏威夷州于1980年对1959年编制的规划进行了修编。

这一时期，出现了许多旅游规划的学术著作。例如，墨菲（Murphy）1985年出版了《旅游：社区方法》；盖茨（Getz）在1986年发表了《理论与实践相结合的旅游规划模型》；甘恩



于1988年出版《旅游规划》(第二版);道格拉斯·皮尔斯(Douglas Pearce)于1989年出版了《旅游开发》。大量旅游规划学术著作的出版,标志着旅游规划的理论体系基本形成。

许多理论,如门槛理论、旅游地生命周期理论等在这一时期广泛应用于旅游规划中;许多新方法,如社区方法、投入-产出分析方法、分权规划等也开始被应用到旅游规划中。

### (五) 深入发展阶段(20世纪90年代至今)

旅游规划标准程序框架在这一时期初步完成。为建立旅游规划标准程序作出杰出贡献的是美国旅游规划学者爱德华·英斯基普(Edward Inskeep),他的两本代表性著作——《旅游规划:一种集成的和可持续的方法》和《国家和地区旅游规划》,是面向旅游规划师操作的理论和技术指导性著作。

同时,世界旅游组织也出版了《可持续旅游开发:地方规划师指南》和《旅游度假区的综合模式》等,使旅游规划内容、方法和程序日渐成熟。

这一时期的旅游规划者不仅需要考虑市场与资源的限制、国家政治经济和社会文化的情况、社区参与和利益相关者,还要考虑旅游规划的实施和资源的可持续利用;在旅游规划中特别强调公平、有效、平衡、和谐、负责任、可适性、全面发展,以及经济文化完整性等原则。

## 二、中国旅游规划的发展历程

20世纪70年代末,我国进入改革开放时期,国家将工作重心转移到经济建设上来,开始重视旅游业的创汇作用,萌发了早期的旅游规划理念。1979年7月,邓小平同志在视察黄山时明确指示,发展黄山旅游“省里要有个规划”,这是我国领导人提出编制旅游规划的开始;1979年,中国旅行游览事业管理总局(中华人民共和国国家旅游局的前身)编制完成了《关于1980年至1985年旅游事业发展规划(草案)》,这是新中国的第一个国家级旅游规划,在我国旅游规划史上具有里程碑意义。因此,1979年是我国旅游规划发展的新纪年。从1979年至今,我国旅游规划走过了30多年的历程,大致可以划分为三个阶段,即资源基础旅游规划阶段(1979~1991年)、市场导向旅游规划阶段(1992~2002年)、目的地整合旅游规划阶段(2003年至今)(邹统钎、万志勇,2009)。

### (一) 资源基础旅游规划阶段(1979~1991年)

改革开放伊始,国家全面的经济建设急需大量外汇,而当时的入境旅游在创汇方面作用明显,成为这一时期我国国家级旅游规划(旅游业发展“五年计划”)的重点;同时,国门初开,海外华人、华侨、港澳台同胞和外国游客蜂拥而入,我国原有的传统名胜旅游地满足不了市场需要,急需开发新的旅游目的地,而当时专业的旅游规划人才匮乏,一些相关学科领域,如地理学、风景园林学、林学、经济学、环境学等的专家相继介入我国各地的旅游规划编制中。1984年,中国科学院(以下简称中科院)地理研究所的郭来喜等(1985)主持编制的《华北海滨风景区昌黎段开发研究》(即中国黄金海岸的旅游规划与开发研究),是资源基础旅游规划的代表性成果;一些重点风景名胜区,如峨眉山、黄山、庐山、泰山等相继编制了风景名胜区规划。

国家有关部门为了规范旅游规划的编制,在这一阶段先后出台了一些标准和规范,主要包括中华人民共和国国务院(以下简称国务院)于1985年颁布的《风景名胜区管理暂行条例》,