

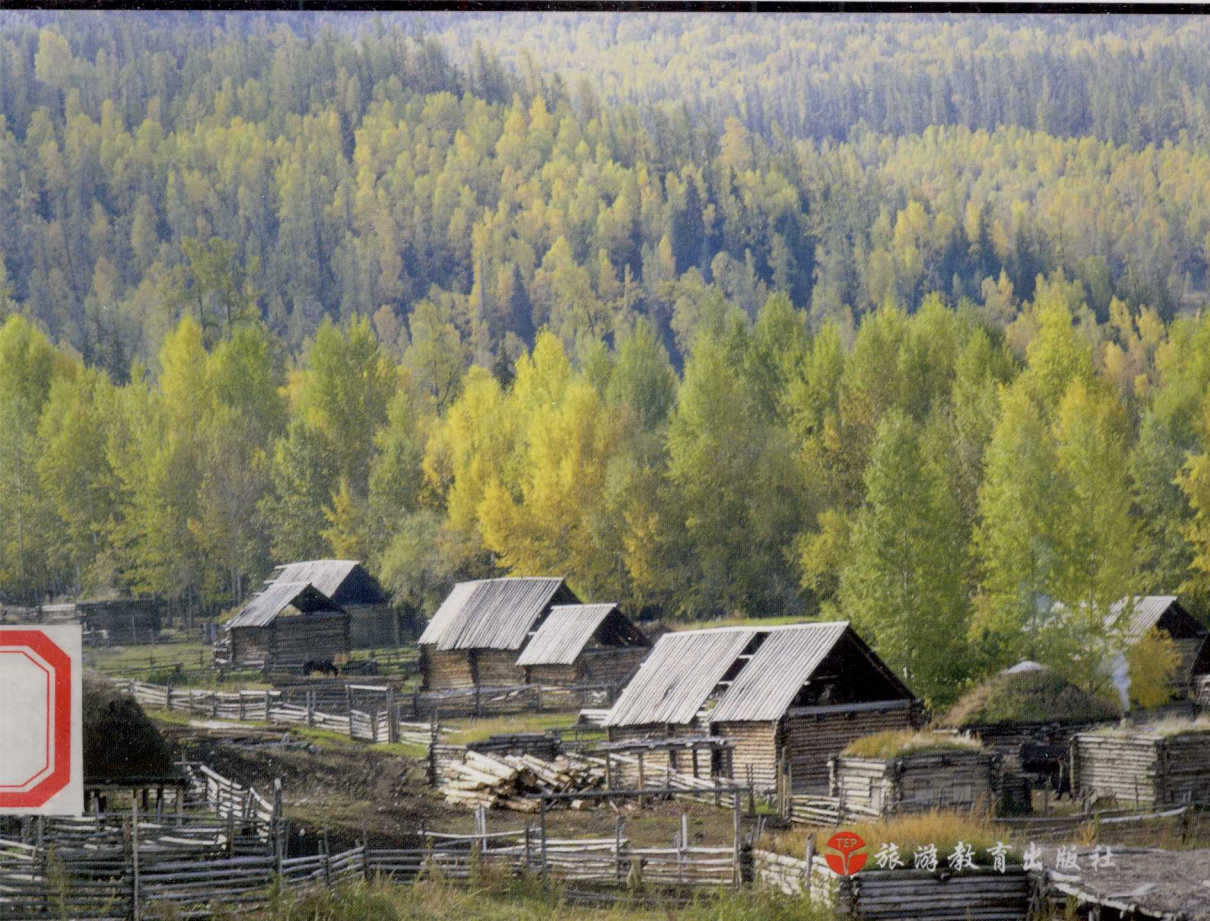


新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

LÜYOU JINGQU GUIHUA YU SHEJI

旅游景区规划与设计

万剑敏 主 编
熊模辉 纪文静 陈金龙 副主编



旅游教育出版社



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

12.1

LÜYOU JINGQU GUIHUA YU SHEJI

旅游景区规划与设计

万剑敏 主 编

熊模辉 纪文静 陈金龙 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403
本社网址	www.tour-ed.com
E-mail	tour-ed@163.com
印刷单位	北京中彩印刷有限公司
经销单位	旅游教育出版社
开 本	16开
印 张	16.25
字 数	254千字
版 次	2012年1月第1版
印 次	2012年1月第1次印刷
定 价	29.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)



旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区规划与设计/万剑敏主编. —北京:旅游教育出版社,2012.1

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1792 - 7

I. ①旅… II. ①万… III. ①风景区规划—高等职业教育—教材

IV. ①F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 227174 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

谢彦君 总主编

旅游景区规划与设计

万剑敏 主编

熊模辉 纪文静 陈金龙 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepdfx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	16.25
字 数	254 千字
版 次	2012 年 1 月第 1 版
印 次	2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价	29.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任 谢彦君

委 员 (按音序排列)

狄保荣	韩玉灵	计金标
姜文宏	罗兹柏	王昆欣
张广海	张新南	朱承强



总序

经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,进一步昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不容乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题作出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套丛书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所作出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言



旅游景区是旅游活动的核心要素,目前全国范围内的旅游景区已有2万多家,各种新型景区还在不断涌现,景区类型、经营管理模式、投资方式等方面呈现出许多新的特点,为了更好地适应旅游行业的发展,提高培养旅游专业人才的针对性和实用性,我们编写了《旅游景区规划与设计》教材。

本教材以就业为导向,根据高职学生的认知规律,遵循岗位引领、实践导向的原则,以从事景区规划设计必备的岗位能力为依据,突出能力培养,兼顾知识教育和技能教育。

本教材构建思路是从旅游景区的物质构成和实际功能出发,将景区规划设计分解成若干个分项目,并以此展开相关的知识传授和技能训练。一个完整的景区规划与设计由下列分项目构成:景区旅游资源调查与评价,景区开发的可行性分析论证,景区形象定位,景区功能分区,景区基础与接待服务设施设计,景区游、娱、购项目设计,景区建设投融资设计。本教材循此思路,分为十章编写,教材内容适应旅游行业的实际需要,顺应旅游行业的发展趋势。学生通过课程学习能够全面理解景区的性质,掌握必要的景区规划与设计的工作技能,为将来从事景区工作实践打下基础。

本教材由江西旅游商贸职业学院万剑敏任主编,江西省城乡规划设计院熊模辉、南京旅游职业学院纪文静、三峡旅游职业技术学院陈金龙任副主编。万剑敏曾在旅游行政主管部门和国家重点风景名胜区从事管理工作14年,副主编熊模辉一直从事旅游景区的规划设计工作,其他两位副主编也参与过景区相关的调研规划。本教材部分内容采用了编者本人亲自参与的景区调研、规划实例,书中所有照片由万剑敏提供。在教材写作上,强调实践性、生动性、规范性和前瞻性。

教材编写具体分工如下:第一章第一节、第二章第一节、第七章、第八章、第十章由万剑敏撰写;第一章第二、三节、第二章第二、三、四节、第五章由熊模辉撰写;第三章、第四章、第九章由纪文静撰写;第六章由陈金龙撰写。全书由万剑敏拟纲、统稿、修改、定稿。

言萌 江

2011. 8

目录

第一章 旅游景区与景区规划概述	1
第一节 旅游景区概述	1
第二节 景区规划的类型	13
第三节 景区规划的模式	16
第二章 旅游资源调查与评价	23
第一节 旅游资源概述	23
第二节 旅游资源调查	32
第三节 旅游资源评价	37
第四节 旅游资源调查与评价报告编制	49
第三章 景区开发可行性研究	54
第一节 景区开发可行性研究概述	54
第二节 客源市场需求与竞争分析	59
第三节 景区区位评估	67
第四章 景区市场调查与形象定位	74
第一节 景区市场调查方法与程序	74
第二节 旅游景区市场定位	84
第三节 旅游景区主题形象设计	95
第五章 空间布局与土地规划	106
第一节 空间布局	106
第二节 景区土地规划	119

第六章 景区设施规划设计	132
第一节 景区设施规划概述	132
第二节 景区基础设施设计	135
第三节 景区接待服务设施设计	146
第四节 景区设施运营管理	157
第七章 景区交通规划设计	161
第一节 景区交通服务概述	161
第二节 景区游览路线规划设计	166
第三节 景区交通旅游产品规划设计	172
第四节 景区交通运营	176
第八章 景区娱乐规划设计	182
第一节 景区娱乐认知	182
第二节 景区娱乐项目规划设计	187
第三节 主题公园规划设计	194
第九章 景区购物规划设计	201
第一节 景区购物概述	201
第二节 景区特色商品设计	207
第三节 景区购物环境设计	214
第十章 景区建设投融资设计	224
第一节 景区建设投资估算	224
第二节 景区融资方式选择	238
参考文献	248

引言

旅游景区是旅游活动的核心要素,目前全国范围内的旅游景区已有2万多家,各种新型景区还在不断涌现,景区类型、经营管理模式、投资方式等方面呈现出许多新的特点。究竟什么是旅游景区?旅游景区有哪些构成要素和基本特征?景区的规划建设有哪些工作流程?景区规划有哪些模式?这是本章要解决的问题。

学习目标

1. 掌握旅游景区的相关概念。
2. 了解旅游景区的开发、建设和运营的工作流程。
3. 了解旅游景区规划的类型及概念。
4. 了解旅游景区规划的模式及特点。

第一节 旅游景区概述

旅游景区是旅游活动的核心和空间载体,是旅游系统中最重要的组成部分,也是激励旅游者出游的最主要目的和因素。旅游业和旅游服务都是依附于旅游景区的存在而存在的。

一、旅游景区的概念和类型

(一) 旅游景区的概念

关于旅游景区的定义尚未形成一致的说法,这种众说纷纭的局面是由于“旅游”的定义尚未得到统一而造成的。因此,在阐述什么是旅游景区之前,有必要对

“旅游”先进行界定。旅游活动极其复杂,旅游理论研究有待发展,国际流行的旅游定义不下几十种,本书采用张凌云的观点,即旅游是人们在非惯常环境(Unusual Environment)下的体验和在此环境下的一种短暂的生活方式。^①

根据上述“旅游”的定义,以及我国旅游景区的实际运营状况,本书所讨论的旅游景区是以旅游体验对象、旅游服务设施、管理和服务人员为主要构成,为开展参观游览、娱乐休闲、康体健身、科学考察、文化教育等各种非惯常环境下的旅游体验活动提供场所与相应服务的有确定范围的独立管理区。



特别提示

这里所说的旅游体验对象可以是物质的,也可以是非物质的。旅游服务设施包括基础设施、接待服务设施等。服务是指游客在旅游景区内一切活动过程中所接受的景区管理服务人员为其提供的各项服务。

旅游景区是旅游者获得旅游体验的重要场所,也是所购买旅游产品的核心内容。旅游景区是旅游者产生旅游动机的直接因素之一,是一个国家或地区人文资源和自然资源的精华所在,也是旅游目的地形象的重要窗口。根据国家旅游局网站公布的资料,截至2011年8月,我国已有A级旅游景区2560家,其中5A级景区110家,4A级景区873家,3A级景区521家,2A级景区926家,1A级景区130家。此外,据不完全统计,我国已有各类旅游景区2万多家,其中有世界遗产41个,世界地质公园24个,国家重点风景名胜区208个,自然保护区323个,国家森林公园740个,国家地质公园183个,工农业旅游示范点527个。旅游景区已形成了旅游业的半壁江山,各种类型的旅游景区构成了观光、休闲度假与专项旅游相结合的较完整的产品体系。

案例分享 1-1

上海世博园景区一日游

暑假的时候,小明跟随父母到上海旅游。第二天,他们前往世博园参观。他们首先乘公共汽车来到浦明路,持事先在网上订购的门票从8号门后滩出入口进入世博园景区。在景区内他们根据景区免费提供的导游图进行自助游览。从早上9点进入景区,他们逗留了12个小时,直到晚上9点才出园。在一天的游览中,小明

^① 张凌云. 非惯常环境:旅游核心概念的再研究[J]. 旅游学刊,2009,24(7):12-17

一家排队参观了中国馆以及其他展馆,观看了奥地利馆内的音乐表演,在咨询了景区志愿者之后,他们找到巴士站乘坐景区大巴从江底隧道前往浦西景区,观看了浦西部分展馆和花车巡游之后,再乘轮船返回浦东景区。他们还在景区内购买了方便食品作为中餐,晚餐则安排在景区内的肯德基餐厅。走累了,他们在景区内随处可见的长椅上休息,在这些休息区,景区还提供免费的饮用水。父母在景区内的世博纪念品专卖店里给小明买了1个海宝娃娃,还买了一些海宝钥匙扣准备带回去作为礼物送给亲朋好友。最后,他们在志愿者的引导下,从7号门长清北路出入口离开园区,乘出租车返回住处。虽然在白天排队进中国馆的时候,由于遭遇3个游客插队而引起了一些纠纷,但在景区工作人员的及时疏导下,问题很快得到解决,小明一家人对这一天的游览感到满意。

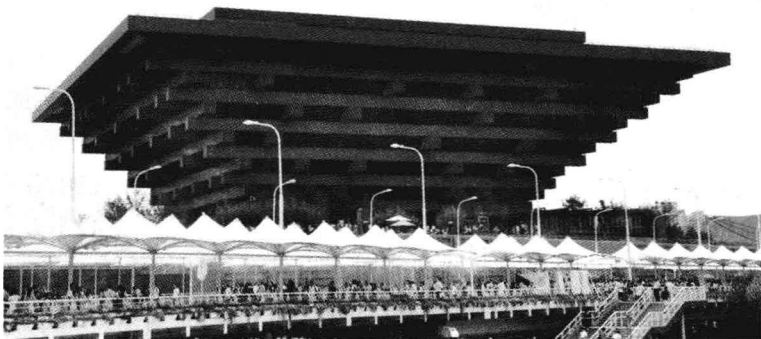


图 1-1 上海世界博览园中国馆

- 思考:1. 世博园景区由哪些要素构成?
2. 世博园景区为小明一家提供了哪些服务?

(二) 旅游景区的构成要素

分析案例分享 1-1 中小明一家在世博园旅游景区内的游览过程,可知,旅游景区至少由下列要素构成(图 1-2):

1. 旅游体验对象

旅游体验对象是能对旅游者产生吸引力,能够满足旅游者旅游体验需要的各种事物和因素,是吸引旅游者前往该景区的最根本要素。旅游体验对象可以是物质的,也可以是非物质的。物质旅游体验对象泛指一切物质的自然和人文旅游景观,诸如山岳、水体、生物、建筑、寺观、田园风光、民俗村寨、主题公园等。非物质旅游体验对象则是某地将要或正在进行的具有吸引力的活动或事件,如奥运会、博览

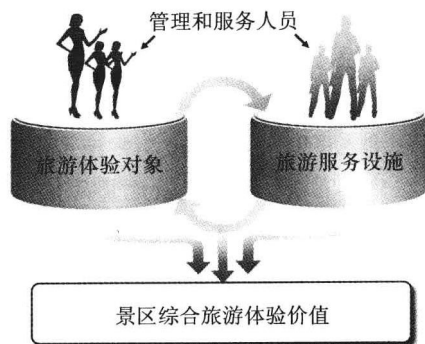


图 1-2 旅游景区构成要素示意图

会、服装节、泼水节等,以及舒适宜人的环境、文学艺术中描绘的一种意境等。通常,非物质旅游体验对象凭借一定的物质景观显现,如案例分享 1-1 中,旅游体验对象为世界博览会这一事件以及为世博会建造的各种展馆设施和所开展的演出活动,非物质事件与物质景观是结合在一起的。事件结束后,为事件建造的特有景观又成为物质旅游体验对象,如奥运会之后鸟巢和水立方成为独立开放的景点。但也有一些活动没有建造特有的景观设施,因此当活动结束后景区也不存在了,如一年一度的金鸡百花电影节,主办方通常会选择当地的大型会展中心举办活动,活动结束后,会展中心就恢复原有的会展功能而不再具有景区的旅游功能。这种景区可以称为不稳定型景区。



特别提示

旅游体验对象是吸引旅游者前往某旅游景区的最根本的因素,是旅游者旅游活动的直接指向。

2. 旅游服务设施

旅游服务设施是旅游者能够在景区顺利开展旅游活动的凭借物,通常包括两类,即基础设施、接待服务设施。其中基础设施有门禁设施、交通设施、水电气热供应设施、排污设施、信息设施、环卫设施和风险防治设施;接待服务设施则包括住宿设施、餐饮设施、购物设施、康乐设施、导识设施、环境景观设施、休憩设施等。在案例分享 1-1 中,世博园景区的出入口、观光车、餐厅、长椅、饮用水、纪念品商店等都属于景区的服务设施。



特别提示

任何一个旅游景区,单单有旅游体验对象而没有良好的旅游服务设施,是无法开展安全有序的旅游活动的。

此外,旅游服务设施与旅游体验对象在实际经营中并不能绝对分开,在某些特定的条件下旅游服务设施也是旅游体验对象,如某些具有特色的交通工具——索道、竹筏子等,既是旅游体验对象,又是旅游服务设施;又如,对于美食游客而言,那些精美的菜肴和器具、幽雅的就餐环境也构成了旅游体验对象,再如某森林公园建筑了一批风格独特的小木屋,吸引了大批游客周末到此休闲度假,此时小木屋不仅是住宿设施,而且还是旅游体验对象,既具有设施功能,又具有旅游吸引功能。

由于旅游是人们在非惯常环境下的体验和在此环境下的一种短暂的生活方式,因此景区必须满足游客的体验需要和游客在体验过程中各种短暂的生活需要,景区经营者除了开发建设旅游体验对象外,还必须提供吃住行游购娱等多项配套设施和服务,景区由此而形成了一个“五脏俱全”的小社会。

3. 管理和服务人员

本书所讨论的旅游景区是有确切范围和行政组织的独立管理体,像任何一个有组织机构的单位一样,景区必须配备能够使组织运转的管理和服务人员,这些人员包括高层管理人员、中层管理人员、基层管理人员和一线员工。其中高层管理人员,即景区的董事长、总经理、副总经理等,对景区发展战略、经营管理全面负责。中层管理人员,如各部门经理、各部门负责人等,在景区经营管理方面承上启下,既是本层面运行的决策者,又是上级命令的执行者,他们要带领团队完成各项工作任务,对景区服务质量水平和景区竞争力的提高至关重要。基层管理人员,如领班、组长等,既是景区整体利益的代表,又是其下属员工利益的代表。一线员工,分为三类,技术人员,如工程技术人员、园艺师、设备维修人员、专用设备技术人员以及演职人员等;服务人员,包括售票员、验票员、讲解员、咨询员、售货员等;其他工作人员,如保安员、医务人员等。在案例分享1-1中,世博园里有售票员、验票员、咨询人员、受理投诉人员、保安人员、餐厅服务员、商店服务员等直接为游客提供了服务。



特别提示

景区的管理和服务人员凭借旅游体验对象和旅游服务设施为游客提供景区体验服务,优质高效的管理服务和优秀的管理服务人员本身也可以构成景区的旅游吸引力。

(三) 旅游景区的特征

1. 地域性

旅游景区是一个独立的特殊的空间场所,具有明确的边界。它的门票范围通常为其经营服务的地域范围。地域性还表现为旅游景区的地域差异性上,即由于自然、历史、社会、文化、环境的影响而导致旅游的景区特征的差异性。

2. 体验性

旅游是人们在非惯常环境下进行的体验,旅游景区是为游客提供特殊旅游体验的场所,其最主要的功能就是满足游客的旅游体验的需求。这种体验可能是轻松愉快的,如观光游览、休闲度假、娱乐健身等,也可能是惊险刺激的,如蹦极、坐过山车、险滩漂流,还有可能是具有一定挑战性的,如攀岩、探险等。

3. 服务性

旅游体验对象、旅游服务设施是旅游景区实现其产品价值的载体。旅游体验对象的品质再高,如果没有景区经营者建造旅游服务设施,提供优质的管理与服务,营造安全的体验环境,是不可能得到满意体验的。



特别提示

旅游景区与天然景观最大的区别在于景区提供了吃、住、行、游、购、娱以及咨询、环卫、安全等方面的旅游服务。

(四) 旅游景区的类型

旅游景区的分类也很难统一。本书根据《2005 年中国旅游景区发展报告》中对旅游景区的分类,并综合相关著作中的分类方法按景区资源的属性将旅游景区分为 7 大类(表 1-1):

表 1-1 旅游景区分类表

景区大类	具体景区类型
自然景观	森林公园、地质公园、自然保护区、野生动物园等
人文景观	文博场馆、寺庙观堂、宗教圣地、民俗园等
现代游乐景区	主题公园、游乐园、微缩景区和海洋馆、表演中心等
历史遗产景区	古文化遗址、古生物化石、军事遗址、古建筑、名人故居、历史村镇等
休闲度假区	滨海、滨湖、山地、温泉、滑雪和高尔夫等运动场所等
节事庆典	博览会、交易会、节事、赛事、社会活动、宗教仪式、企业活动等
工农业旅游区	农业生态园、农家乐、工业生产线、工业生产点等

旅游景区的分类不是绝对的,还有许多其他分类方法,现有的这些类型随着旅游业的发展和旅游景区产品的不断改造和创新,其属性和类别也将会发生一定的变化。



拓展知识

英国旅游学者帕特·耶尔(Pat Yale)对于旅游景区在概念中存在的一些界限不明确的地方,在他的《从景区到遗产旅游》(第2版)一书中提出了自己的看法:

首先,景区未必是一个地域上有明确边界的地方,博物馆、公园和一些历史古迹遗址是有明确地域边界的,但一些风景宜人的海滨或海滩、滑雪坡地等,地域边界就很难确定。

其次,景区不一定是长久性的、长期存在的。一些著名的节事赛事,景区内的各种活动、表演都是有时间性的,如巴西里约热内卢的狂欢节,伦敦白金汉宫前的换岗仪式或一些应季的花卉展览等,错过了一定的时间这个吸引物就不存在了。

再次,虽然有越来越多的景区由专门机构或企业进行商业运作,但不是所有的景区都是被有效地控制和管理起来的,如一些避暑胜地,其主要吸引游客的地方是当地气候条件。

最后,根据多数学者的定义,我们无法确定体育运动场所、购物场所、剧场戏院及其娱乐设施是否属于旅游景区范畴。

二、景区规划建设运营工作流程

旅游景区是一个提供旅游体验活动的场所与相应服务的有确定范围的独立管理区。通过投资决策、立项审批、规划建设、人力资源配置、管理服务、营销推广,旅游景区实现从无到有、发展壮大的经营运作过程。

根据旅游行业特点和项目开发建设的客观实际情况,旅游景区开发建设流程大致可分为3个阶段:前期筹划准备、中期工程建设、后期开业运营。其中前期筹划准备的工作有:资源调查、合同签订、机构架设、项目策划、规划设计、立项审批;中期工程建设包括:筹措资金、工程施工;后期开业运营包括:开业准备、日常经营。3个阶段的工作期各自独立,却又相互承接,形成一个完整的工作流程(图1-3)。

景区规划建设各阶段的工作内容有: