

旅游管理系列教材

旅游规划与开发



華中師範大學出版社

简王华 主编

博雅

旅游规划与开发

主 编 简王华
副主编 王远坤 朱晓翔 胡海驰
编 者 简王华 王远坤 朱晓翔
胡海驰 邓秋霞 张金霞
余述琼 叶 枝

华中师范大学出版社
2006年·武汉

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划与开发/简王华主编. —武汉:华中师范大学出版社,2006.4

ISBN 7-5622-3369-1

I. 旅… II. 简… III. ①旅游业—经济规划—教材 ②旅游资源—资源开发—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 012572 号

旅游规划与开发

主编:简王华

出版发行:华中师范大学出版社 ©

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67867076/67863040(发行部), 027-67861321(邮购部)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccnup.com.cn>

经销:新华书店湖北发行所

责任编辑:赵 宏

封面设计:甘 英

开本:787mm×960mm 1/16

版次:2006 年 4 月第 1 版

印数:1-3000

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:湖北省石首市印刷厂

责任校对:罗少琳

督印:姜勇华

印张:17 字数:305 千字

印次:2006 年 4 月第 1 次印刷

定价:29.00 元

“华大博雅”旅游管理系列教材

编委会成员

(按姓氏笔画排列)

王远坤* 李友清 陈国生 胡 静* 徐德宽
翁钢民 袁 俊 游巧荣 舒伯阳 谢 苏
简王华 鄢志武 熊剑平 潘宝明

(姓名后加星号者为常务编委)

前 言

改革开放以来,我国的旅游业得到了较大的发展。这一发展形势又大大地促进了旅游学科及相应的教育与培训事业的发展。据中国旅游业统计公报的数据,到2003年末,全国共有高等旅游院校及开设旅游系(专业)的普通高等院校494所,在校学生19.97万人;中等职业学校713所,在校学生25.93万人。两项合计,旅游院校总数为1207所,在校学生为45.90万人。同期全行业在职人员培训总量达192.96万人次。旅游学科教育的发展需要一系列的教材作支撑,旅游规划与开发的研究与教学同样需要相应的配套教材。为旅游教育提供一本适用的教材,是我们编写本书的初衷。我们力求集众家之长,又力求有所建树。

本书的主要编写者简王华教授作为广西旅游规划设计院的技术顾问,主持和参与了多项旅游规划、旅游策划和旅游项目的论证,其中的经验与体会为本书的编写体系和内容结构提供了很大的帮助。本书的总体思路是让学生或相关读者阅读本书后对旅游规划与开发的有关工作及其内容有一个明确的了解,即知道旅游规划与开发要“做什么”,大体上要“怎么做”。因此,在教材内容体系上,尽量减少理论探讨方面的内容,着重突出旅游规划与开发所涉及的各个环节的工作内容、方法、步骤等,旨在强化它的实践性与可操作性。基于这一点,同时考虑中国加入WTO以后与国际社会的接轨,本书以《旅游规划通则》所强调的内容为主线,对旅游规划与开发所涉及的有关标准及指标、定义、内容与成果要求等方面作了尽可能规范的论述。

本书分为十一章,内容包括绪论、旅游资源调查与评价、旅游项目开发的可行性、旅游市场分析与市场营销、旅游地主题定位与形象策划、旅游产品策划与旅游项目创意设计、旅游商品开发、旅游线路与旅游网络、旅游区的规划与开发、旅游环境保护规划、旅游支持与保障体系规划等。全书由简王华教授拟定编写纲目,并负责全书的修改和统稿。各章的分工为:简王华撰写第二、四、五、六章;王远坤撰写第一、三章;朱晓翔撰写第九章;朱晓翔、张金霞撰写第十章;胡海驰撰写第十一章;胡海驰、余述琼撰写第八章;邓秋霞、叶枝撰写第七章。书中的图

件主要由叶国华绘制,表格主要由余述琼编制,资料的收集和整理工作主要由张金霞、余述琼负责。

本书曾得到孙文昌教授提供的相关资料和傅文伟教授的指导。此外,华中师范大学出版社的领导、广西师范学院的郝革宗教授、广西旅游规划设计院的藤健院长等,为本书的出版给予了大量的帮助与各方面的关心,在此一并致谢。同时对本书所引用的相关文献的作者表示谢意。

编 者

2006年2月于南宁

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游规划与开发的发展历程与发展趋势.....	(1)
第二节 旅游规划与开发的主要基础理论.....	(8)
第三节 旅游规划与开发的基本类型与内容体系	(17)
第四节 旅游规划的编制	(26)
第二章 旅游资源调查与评价	(34)
第一节 现行主要的旅游资源分类方案	(34)
第二节 旅游资源调查	(41)
第三节 旅游资源评价	(45)
第三章 旅游项目开发的可行性	(67)
第一节 内部因素分析	(67)
第二节 市场研究分析	(69)
第三节 投入产出分析	(72)
第四节 旅游环境承载力分析	(74)
第四章 旅游市场分析与市场营销	(81)
第一节 旅游市场分析	(81)
第二节 旅游市场细分	(84)
第三节 旅游市场分析的主要方法	(87)
第四节 旅游市场营销组合	(94)
第五章 旅游地主题定位与形象策划	(106)
第一节 旅游形象概述.....	(106)
第二节 旅游形象的构成体系与策划方法.....	(112)
第三节 旅游地形象的形成与传播.....	(118)
第六章 旅游产品策划与旅游项目创意设计	(126)

第一节	旅游产品与旅游项目	(126)
第二节	旅游产品策划	(129)
第三节	旅游项目的创意设计	(141)
第七章	旅游商品开发	(156)
第一节	旅游商品概述	(156)
第二节	旅游商品的主要类型	(158)
第三节	旅游商品的开发原则	(159)
第四节	旅游商品的市场开发	(163)
第八章	旅游线路与旅游网络	(168)
第一节	旅游线路概述	(168)
第二节	旅游线路设计	(171)
第三节	旅游网络的构建与区域旅游协作	(174)
第九章	旅游区的规划与开发	(184)
第一节	旅游区概述	(184)
第二节	旅游区规划	(188)
第三节	旅游区的空间布局	(191)
第四节	旅游区建筑区位选择和布局	(201)
第十章	旅游环境保护规划	(218)
第一节	旅游环境与旅游环境容量	(218)
第二节	旅游环境容量在旅游规划和管理中的应用	(227)
第三节	旅游环境保护规划的步骤与内容	(232)
第十一章	旅游支持与保障体系规划	(242)
第一节	旅游服务设施规划	(242)
第二节	旅游基础设施规划	(244)
第三节	政策、法规与管理体制保障规划	(247)
第四节	人力资源保障规划	(252)
第五节	资金保障规划	(254)
第六节	文化保护与社会发展规划	(257)
主要参考文献		(263)

第一章 绪 论

旅游规划与开发随着旅游业的不断发展而经历了各具特征的发展时期,并向着规范化、科学化的方向完善与发展,逐渐形成了依托一定基础理论、具有基本的内容体系和编制规范的独立性学科。

第一节 旅游规划与开发的发展历程与发展趋势

一、国外旅游规划与开发的发展历史

第二次世界大战后,国际政治经济环境有着较长时期的相对稳定性。社会与科学技术的进步促进了世界经济的长足发展,使人们的收入水平和可自由支配收入大幅度提高;生产力水平的巨大进步又提高了生产效率,从而增加了人们的闲暇时间。这些对旅游的迅速发展和普及起到了巨大的推动作用。旅游的发展进程又规律性地、自然而然地要求对旅游业进行科学的规划与开发,进而促进了旅游规划的发展并逐渐形成一门相对独立、科学性较强的学科。国外的旅游业发展较快与其经济发展水平密切相关,因此旅游开发与规划的研究和实践工作起步也较早。

纵观国外旅游开发与规划的发展历程,大致可分为以下四个阶段。

(一)初始阶段(20世纪30年代—50年代)

第二次世界大战后,旅游进入了大众化的现代旅游阶段,经济发达地区旅游业的发展促使了旅游规划的初步成型。20世纪30年代,英国、法国等发达国家出现了旅游规划的雏形,即为一些旅游项目或旅游接待设施做基础性的市场评估、场地选址和设计等工作。其中,具有较完整旅游规划形态的是1959年夏威夷州的规划。这一规划至今被看作是现代旅游规划的先驱,它使旅游规划第一次成为了区域规划的一个主要组成部分。

这一时期的主要理论基础是旅游经济学、旅游地理学等,旅游规划者大多从旅游活动的经济性角度进行研究,旅游规划研究领域中的主要代表性人物是加

拿大的地理学家罗奥艾·沃尔夫。

(二) 扩展阶段(20世纪60年代—70年代)

20世纪60年代,随着英国、法国正式旅游规划的出现和联合国大会强调了旅游规划的重大意义后,美国、加拿大、澳大利亚以及马来西亚、中国台湾和斐济等国家和地区均兴起了制定旅游规划的热潮。世界范围内的旅游规划发展总体上是由发达国家向欠发达国家和地区推进,这一趋势显然与旅游业的区域发展形势相一致。

(三) 快速发展阶段(20世纪70年代—90年代)

20世纪70年代以后,旅游需要规划的观念开始为许多国家和国际组织所认同和重视。例如,世界旅游组织、世界银行等国际组织都积极推动旅游规划的发展,并参与了菲律宾、斯里兰卡等国家的旅游规划编制工作。这个阶段,旅游规划的边缘学科性质日渐显现,更多的其他学科的方法被引入到了旅游规划之中,如旅游心理学、旅游社会学等理论已成为旅游规划中重要的理论基础。旅游规划从传统上静态的、确定性的规划向动态的、不确定性的规划转变,从物质环境规划向物质环境、社会、经济规划转变。

80年代以后,旅游规划进一步普及和深化,并出现了对旅游规划的修编。如1959年编制的夏威夷旅游规划于1980年作了修编。这个阶段,旅游地理学、旅游生态环境学等理论逐渐被引入到旅游规划中并起到了重要的作用。加拿大的史密斯、英国的波利费斯和库泊尔等在这方面做了大量的工作。

(四) 深入发展阶段(20世纪90年代至今)

尽管旅游规划与开发的理论和实践经验经多年发展后已比较丰富,而旅游规划标准程序框架的建立直到20世纪90年代初才完成。美国著名旅游规划学家爱德华·因斯凯普(Edward Inskeep)的《旅游规划:一种综合性的可持续的开发方法》和《国家和地区旅游规划》,为建立旅游规划标准程序作出了杰出的贡献。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。这些著作的问世,使旅游规划的内容、方法和程序日渐成熟。

与此同时,旅游规划界开始对旅游资源开发与保护的关系加以关注,力求在旅游规划与开发的过程中体现可持续发展的思想。市场的重要性也引起了旅游规划编制者的注意,旅游规划开始注重旅游市场的营销规划。罗杰·格里芬(Roger Griffin)就提出了“创造市场营销与旅游规划的统一”的观点。

二、我国旅游规划与开发的历史回顾

我国的旅游规划与开发研究起步较晚,但发展较为迅速。其发展历程大体

可分为萌芽阶段、急速发展阶段、重新整合阶段和科学规划发展阶段^①。

(一) 萌芽阶段

1990年以前,旅游规划总体上属于单体项目规划。1986年,国家将旅游业写进了“七五”规划。在旅游开发工作上,最具代表性的是国家旅游局全部或部分投资,进行了西安、桂林、苏南、杭州、三亚、北京、上海7个重点旅游地区的系列建设工程。这些工程在开发规划过程中有了旅游主管官员和旅游研究者的介入,如慕田峪长城作为八达岭游人的分流项目,其复建和策划就比较充分地吸收了北京旅游经济学会(北京旅游学会前身)和北京旅游学院专家的意见,并在景区的建设安排上充分注意旅游活动的特征,避免了早期旅游开发的盲目性和随意性。此外,一些重点旅游城市也开始旅游城市规划的制定,如1986年北京市委研究室与市计委制定的《北京市旅游发展战略规划》。这一时期,旅游规划总体上还没有迈出城市规划的空间布局套路,但远比附属计划经济数字指标体系的规划更具有科学性和可操作性。

与此同时,相关学科的专家,特别是城市规划和地理专家已经开始把研究的目光投向旅游区域规划的制定,其中以北京大学、清华大学、同济大学和中国科学院地理科学与资源研究所的工作最为突出。

(二) 急速发展阶段

急速发展阶段有两个显著的标志:一是地方政府以工作计划的形式把旅游规划列入到了政府的工作日程;二是经过初步规划后投入建设的人造旅游吸引物在全国大量涌现。1990年的《海南省旅游发展规划》,是我国真正省级旅游规划概念的开始。海南省的规划经过省人民政府的批准,最后以地方性法规的形式予以实施。它最显著的特征是充分体现了海南旅游资源的潜力和旅游市场的走向,规划所确定的发展方向是正确的。

20世纪90年代初期,人造旅游吸引物和主题公园受到深圳锦绣中华和无锡唐城等的成功所鼓舞,在全国遍地开花。早期确有不同程度的成功者。但后起的,却因策划或规划时对市场预测的失误而大多造成亏损。也正是这一失误,引起了有关部门和专家对旅游规划的重视和对旅游规划科学方法的使用。这一时期的标志性事件有:①1992年由国家旅游局委托中国科学院专家制定的《中国旅游资源调查规范》试行稿的出台,使旅游资源的评价有了全国统一的较为科学的指标体系。②1993年《旅游学刊》和北京旅游学会联合召开了“旅游规划理

^① 宋志伟. 中国旅游规划的分期及其特征. 张广瑞主编. 旅游规划的理论与实践. 社会科学文献出版社, 2004

论与实践”学术研讨会,对旅游规划的理论 and 实践进行了卓有成效的研究和讨论,同时还成立了一个松散的科研联合体——北京旅游规划与开发联合研究中心。其后,由北京第二外国语学院科研所与中国旅游协会合作,成立了中国旅游协会旅游咨询中心。这是一个负责旅游规划工作的实体。这两个中心的成立,表明学术界和工程界对旅游规划的综合性已有更深一层的认知并产生了联合携手的共识。③90年代中期,旅游度假区的建设如火如荼,促进了旅游规划在全国范围大规模地进行。1996年“中国休闲度假游”主题的确立和12个国家级旅游度假区的兴建,把大规模的旅游规划工作推向了高峰。④这一时期,各省市和地县都纷纷把地区规划列上日程。进入旅游规划编制工作的单位,在数量和专业覆盖面上均出现了增加和扩展的趋势。⑤学界、业界对实现规划的规范化和科学化开始探索,代表性事件是1995年—1996年中国旅游未来研究会两次与海南省旅游局、江苏省旅游局、无锡市旅游局和《旅游学刊》编辑部合作举办的全国性的有关旅游规划的研讨会。

(三)重新整合阶段

1997年—1999年是我国旅游规划编制的低潮期。由于此前我国经济发展的泡沫现象已有显现,加之亚洲金融风暴的波及,旅游业除了游客与收入“滞胀”外,还有人造旅游吸引物、主题公园、度假区建设失误的负效应,所以人们对旅游业的投入一般都持观望的态度。这些观望有各种表现:一是规划数量不多;二是学界对规划的失误开始反思;三是国家旅游局在杭州举办了培训和研讨会。这些反思和调整引起了不少省市局的高度重视,它们纷纷采取了相应的措施,如北京市就在1998年发布了18个区县必须编制地方性旅游规划的要求。这是低潮时酝酿着高潮的前期。

(四)科学规划发展阶段

经过1997年—1999年的低潮反思和调整准备,加之2000年宏观经济走势趋强(亚洲经济的复苏、1999年国庆期间中国第一个“旅游黄金周”的井喷现象),旅游业是国民经济新的增长点的理念已被普遍接受。“大发展”的前景促进了各地对编制地方旅游规划的需求,同时不同的投资主体也增强了投资的信心,从而加快了旅游目的地的开发进程。

2000年是旅游规划发展的里程碑,中国的旅游规划从此进入了一个新的发展阶段。这一时期的显著特征有:一是地方性旅游规划和旅游目的地规划的需求数量激增;二是旅游规划队伍的不断扩大;三是外国人参与省级旅游规划的编制引起了各方面的关注;四是出现了旅游规划的规范化趋向。1999年3月29日国家旅游局颁布了《旅游发展规划管理办法》,又于2000年11月22日颁布了

《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》，并于2003年2月颁布了《旅游规划通则》。这些是我国旅游规划走向规范化的重要步骤。尽管人们对这些标准和要求可能还有一些不同的意见，而且有些规定也可能今后还会向更合理的方向转变，但这种规范化的趋向却是很明确的。这是中国旅游规划前进的新里程，也是中国旅游规划进步的新希望。

三、我国旅游规划的发展趋势

我国的旅游规划与开发在经历了上述各个发展阶段后已日渐规范，并开始向系统规划、形象规划、参与性规划与多样化等的方向发展^①。

(一) 由产业规划向系统规划发展

由于旅游活动的复杂性使旅游规划涉及多个学科领域，所以，旅游规划从严格的意义上讲并非仅仅是一种产业规划。国家旅游局颁布的《旅游发展规划管理办法》也称其为“旅游发展规划”，而不称其为“旅游业发展规划”。旅游涉及政治、经济、社会、文化、环境、心理、审美活动等方面，是一个复杂的系统，所以旅游发展规划就是对旅游系统进行全面分析，找出各要素间相互影响、制约的反馈关系，从而依据系统的发展规律对各要素进行合理干预，以增强系统功能并促进其良性循环的过程。因此，旅游发展规划是对旅游系统的整体规划，是“整合规划”(integrated planning)或“综合规划”(comprehensive planning)，旅游发展规划要考虑自然、生态、经济、社会文化和社会管理等因素。在上述认识的基础上，在我国旅游发展规划的实践中，应将旅游发展规划与交通规划、城市规划、环境规划、绿化规划、国土规划、土地利用规划等专业规划和综合规划相结合，或将旅游发展规划的成果纳入上述规划之中。

(二) 由领导规划、专家规划向参与性规划发展

目前，我国地方的旅游发展规划主要是由专家队伍组成的规划编制组和由地方政府组成的规划领导小组或协调小组所完成的。前者主要是进行规划的编制工作；后者主要是协调地方各部门之间的关系，以便为规划编制的专家小组提供更多的资料和考察上的方便。未来的旅游发展规划更多的是一种旅游的系统规划，可持续发展的旅游规划也必须考虑到企业、政府和目的地社区三方面的利益。因此，未来的旅游发展规划应是一种有广泛人员参加的参与性的规划。参与人员除规划编制专家组和政府有关部门外，还应有本地的专家、当地的社会文化名人、社区代表和投资商等参加。在专业构成方面，规划编制小组成员则扩充

^① 黄安民等. 我国地方旅游规划编制的问题及发展趋势. 张广瑞主编. 旅游规划的理论与实践. 社会科学文献出版社, 2004

到了包括公路交通、市场营销、形象策划、文化、历史、美学、网络等方面的专家,以体现旅游发展规划是一种整合规划和系统规划的性质。

参与性的旅游发展规划过程既是一种充分考虑当地实际情况、充分挖掘地方文化内涵的过程,也是一种交流与统一思想、调动各方面积极性并进行广泛宣传的过程。这一过程使规划编制的专家组对当地有更深刻的认识和了解,以确保旅游发展规划中各种定位的准确性。

(三)规划由规范化向多样化发展

国家旅游局颁发的《旅游发展规划管理办法》对我国的旅游规划进行了规范。但由于旅游系统的复杂性以及旅游规划自身的特点,旅游发展规划除规范化外,还有多样化等方面的问题。

首先,在规划的内容上,旅游发展规划是以旅游业为主体的旅游系统规划,也是区域旅游系统的可持续发展规划,其内容包括了经济效益、环境效益和社会效益的目标。由于旅游系统要素复杂,涉及面广,所以旅游发展规划的内容将逐步走向规范化;并以规范化为基础,根据各地的实践经验,形成不同规划区域的特色内容,如地方旅游业的形象策划与定位、地方旅游业的 CIS 导入、地方旅游业发展中的人地感应系统规划等。

其次,在规划的语言上,应根据所规划的旅游资源特点,使语言更生动形象。

再次,规划成果也将多样化,除了传统的规划文本、规划的基础材料、规划的附件和附图外,还可增加地方旅游网站、风景光盘、地方旅游信息系统、地方旅游决策系统、重点区域和重点项目的创意策划方案等衍生成果。

最后,规划的表现形式也更加多样化,更加生动活泼,更加直观形象,如既有印刷版,也有电子版;既有静态的显示,也有动态的演示;既有平面的展示,也有沙盘模型的立体表现,还可利用声、光、电等现代化的表现手段。

(四)由实体规划向形象规划发展

旅游形象的定位与策划越来越受到地方政府的重视。各地由推销产品到逐渐重视推销形象,由企业形象战略系统(CIS)引入到地区形象系统(DIS)及区域旅游形象系统或旅游地形象系统(DIS)。在一些旅游发展规划中,有关地方形象的塑造与定位及旅游形象主题口号设计等方面的内容往往很受地方政府的重视和欣赏。

因此,地方旅游发展规划要注重项目的规划,而且更要注重形象的规划,包括地方旅游的总体形象、资源形象、产品形象、服务形象、旅游企业形象、城市形象、市场形象等。未来的规划更要注重区域的总体形象定位、区域内功能区的主题形象定位以及旅游形象的时间序列的再定位,为地方旅游的发展描绘出一幅

形象化的宏伟蓝图,即5年后的形象是什么样的,10年后的形象是什么样的,20年后的形象是什么样的。这样的规划既可使地方有一个旅游业发展的长期奋斗目标,又可使地方旅游的发展适应市场变化的需要,并便于旅游功能区开发和旅游项目的市场化运作。所以,未来的旅游规划将由注重实体的规划转变为注重区域旅游的形象规划。

(五)由规划文本向发展大纲发展

目前,在我国旅游发展规划的实践中,旅游规划的主体成果是规划文本。有些规划单位片面追求短时间内的可操作性,常常规划得较细,使文本篇幅偏多;有的则只是逻辑推理或理论阐述,主题形象不鲜明,项目重点不突出,失去了规划应有的宏观指导作用。而旅游发展规划通过专家鉴定后应提交地方人民代表大会讨论,通过后将要赋予其地方法规的作用,而文本太厚不便于阅读。

旅游发展规划应该是一种宏观的、粗线条的战略性规划。如果规划过于详细,就会限制旅游的项目规划,因为投资商在投资前还要进行项目的可行性和论证。此外,过于详细的旅游发展规划难以使地方旅游业的发展适应快速变化的市场。所以,未来的旅游发展规划将是在充分的战略背景的分析、深入的实地调研、广泛的征求意见、反复的讨论论证的基础上制定出的旅游发展规划的大纲,确定出地方旅游发展的各种形象定位、旅游发展战略方向和战略体系、各种战略目标以及近中期的战略重点等。这样的旅游发展规划才能使地方政府统揽旅游发展全局,把握地方旅游发展的方向,掌握地方旅游发展的重点,以指导地方各区域详细的旅游规划工作和有关项目的详细规划,同时又能调动和发挥投资商的积极性和创造性,便于旅游项目的市场运作,便于通过项目的招商以对市场作出快速反应。

(六)旅游规划与城市规划的一体化发展

旅游发展规划是一种区域旅游的可持续发展规划,旅游的发展必须以城市为依托。城市往往是区域旅游的中心,但又不仅仅是旅游的接待中心。优美的城市环境既可为有吸引力的旅游吸引物,也是旅游发展的大环境。现在很多城市发展出游憩商务区,如北京的前门、王府井、西单一带,天津的和平路旅游步行街等。同时,旅游活动是一种高品质、高质量的生活方式,也是人们的一种审美活动,城市建设要融入旅游的理念,将城市的建设与旅游的开发和发展结合在一起,实现城市旅游开发的一体化,从城市文化和社会经济整体发展的高度考虑旅游发展的要求,把旅游作为现代城市的一项基本的职能,把旅游开发融于城市的整体建设之中。在硬件建设上,要将旅游意识融于城市景观与市政建设之中,努力营造城市旅游环境,实现旅游开发与城市硬件建设的一体化;在软件配套

上,要致力于培养城市文化,形成区域城市文化特色,使旅游开发与城市建设协调发展。

第二节 旅游规划与开发的主要基础理论

一、区位理论

(一) 区位理论的主要内容

区位理论研究的实质是生产的最佳布局问题,即如何通过科学合理的布局使得生产能以较少的投入获得较大的收益。

在经济发展的初级阶段,生产地往往也就是消费者的聚居点和定居地,那时还没有在生产的布局问题和研究区位理论的需求。工业革命以后,生产企业在市场上的竞争日益激烈,产品的运输成本和劳动力成本很大程度上决定着产品在市场上的竞争力水平,于是生产的最佳区位的选择就成为市场竞争的重要条件之一,区位论就在这样的情势下应运而生了。

区位理论的系统研究可以说是以杜能的《孤立国》和韦伯的工业区位论为标志的。德国的农业经济学家杜能(von Thunen)在他的第一部研究区位理论的著作《孤立国对于农业及国民经济之关系》(简称《孤立国》)中对农业生产的空间布局模式进行了研究,并提出了农业生产圈层模型;德国经济学家韦伯(Weber)出版了世界上第一部关于工业区位的比较系统和完整的理论著作《工业区位论:论工业区位》,他在书中提出的工业布局模型被称为韦伯工业区位论。

19世纪末20世纪初,区位理论的研究从生产布局的成本最小化转到了生产布局的市场范围最大化。这一时期的学者着重研究了空间布局对争夺市场的影响,其中较为著名的学者有德国地理学家克里斯特勒(Christaller)、德国经济学家廖什(Losch)、瑞典的帕兰德(T. Palander)等,其中克里斯特勒的中心地理论和廖什的市场区位论是最具影响力的研究成果。

第二次世界大战以后,区位理论研究的特点主要表现在对多种成本因素的综合分析,既包括各种经济性成本要素,也包括其他的非经济性的成本要素(如制度、文化、心理、军事等因素)。代表性的学者有美国经济学家艾萨德(W. Isader)、斯哥勒(W. Schoolder)等,他们大量借用计量学的方法,使用数学模型对区位问题进行预测性的分析。美国的著名经济学家库兹涅茨(S. Kuznets)就利用“投入—产出”模型对影响生产布局的投资、就业和货币的变动情况进行了预测分析,以指导预定地区未来的发展规划。

(二) 旅游区位理论的应用

1. 旅游中心地及其市场范围

对于特定的旅游地,可以根据一定的标准来判断其是否为该地域范围内的旅游中心地,如这个旅游地提供的旅游产品或服务被周边地区的大多数客源市场所消费;人均旅游业的收入占人均收入的比重较周边地区大等。一般说来,旅游地成为区域旅游中心的两个先决条件是拥有丰富的旅游资源和便捷的交通。

旅游地的吸引力大小很大程度上决定了旅游地的影响范围。除了旅游资源之外,旅游配套服务设施和旅游活动容量都会对旅游地的市场范围产生不同程度的影响。旅游中心地的市场范围上限,就是由旅游地的旅游资源吸引力、旅游业的社会容量、经济容量以及旅游业的生态环境容量四者共同决定的客源市场范围或接待游客数量,上限值应是上述四个变量中的最小值。而旅游中心地的市场范围下限可理解为克里斯特勒理论中的“门槛值”,即生产一定产品或提供一定服务所必需的最小的需求量。在旅游地的研究中,“门槛”指旅游地提供旅游产品和服务所必须达到的最低需求量。因此,在旅游规划时考虑旅游产品开的需求“门槛”问题,是旅游中心地市场范围研究的首要问题。

2. 旅游中心地的等级与均衡布局

旅游中心地的等级是根据其市场范围即吸引力来划分的,高级旅游中心地是指提供的旅游服务为市场范围较大的中心吸引物;而低级的旅游中心地是指提供的旅游服务为较小范围内的市场所消费的中心吸引物。一般来说,高级旅游中心地提供的产品和服务档次高、功能多、品种全、质量好,而低级的旅游中心地提供的产品和服务就相对单一一些。

高级和低级的旅游中心地所具有的不同服务职能决定了其市场范围的大小,这就需要对旅游中心地进行均衡布局。即在一个地域范围内可能存在多个不同等级的旅游中心地,均衡布局可以使区域旅游在不同等级旅游中心地的带动下得以持续发展。克里斯特勒的中心地理论表明,在市场作用明显的地区,中心地的分布要以最有利于物质销售和服务最方便为原则,即要形成合理的市场区。在市场最优原则下,一个高级的中心地提供的服务能力应该相当于三个低级中心地,用公式表示就是“ $K_n = 3^{n-1}$ ”,其中 K 表示每个单元内各级中心地的数量, n 表示中心地的级别高低。

国内外的研究表明,这种布局模式适用于区域旅游市场。在区域旅游中心地体系中,每个高级中心地都相应地拥有几个中级或低级中心地。我国学者在对北京市旅馆业的空间布局和锦州市旅游客源市场的分析中发现,上述区域旅游的空间布局可以用这个模式来描述。