

21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

旅游规划实务

全华 主编



中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS



21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

旅 游 规 划 实 务

全 华 主 编

中国科学技术出版社

CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·

BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划实务/全华主编. —北京:中国科学技术出版社,2009.3

21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

ISBN 978-7-5046-5408-3

I. 旅… II. 全… III. 旅游业-经济规划-高等学校:技术学校-教材
IV. F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第025622号

自2006年4月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

内 容 提 要

本教材采取任务导向、项目驱动的思路,根据旅游规划工作内容和流程,将学习领域分解为主题学习单元。每个学习单元先阐明学习的知识目标、技能目标 and 能力目标,由学生主动学习有关内容,然后有针对性地点评、讲解需要而尚未掌握的理论和技能。突破原有旅游规划教材重理论、轻实践操作的局限,尝试构建理论够用、方法易学、操作可行的教材框架,加强学生实际操作能力的培养,使之学完本课程能够承担一部分具体的旅游规划任务。本教材兼顾了教材的规范性、普遍性、通用性和严谨性。

本教材最适合高职高专旅游管理专业使用,也适用于高等学校本科、专科及各类旅游专业培训。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街16号 邮政编码:100081

策划编辑	林 培 孙卫华	责任校对	林 华
责任编辑	孙卫华 符晓静	责任印制	安利平

发行部电话:010-62103210 编辑部电话:010-62103181

<http://www.kjpbooks.com.cn>

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

*

开本:787毫米×1092毫米 1/16 印张:18.5 字数:357千字

2009年3月第1版 2009年3月第1次印刷

ISBN 978-7-5046-5408-3/F·640 定价:29.60元

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、
脱页者,本社发行部负责调换)

丛书序

我国拥有世界上最为多样化的旅游资源，最为悠久的历史文化，最为丰富的劳动力储备，而且旅游教育体系比较完备，这是发展旅游业的突出优势。相对于高新技术、工业发展等方面与发达国家的差距，我国旅游业具有抢占全球高地的先天条件。旅游教育为旅游业抢占全球高地提供着人才保障，是变劳动力储备为人才优势，变旅游大国为旅游强国的重要途径。

近年来，随着我国旅游业的迅速发展，旅游高等教育，特别是高职高专教育，进入到一个新阶段。开办旅游管理专业的院校之多，招生数量之众，办学条件之好都大大超过了历史上任何一个时期。然而，作为高等院校基本建设之一的教材建设，却远远滞后于旅游教育发展的步伐，以致许多高等院校的旅游管理专业缺乏适用的教材，这势必影响旅游业继续发展的人才支撑，也不利于旅游高等教育的进一步发展。虽然有关部门、单位组织编写了一批旅游管理专业教材，但仍然远远满足不了旅游教育发展的需要。

上海财经大学的全华教授等国内有关高校的众多一线教师，即将编写出版一套“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。获悉此事，我甚感欣慰。翻阅系列教材的部分书稿，我认为这套教材体现了以旅游行业需求为导向，以应用为主，以必需、够用为度的编写思路，其突出特点有三。

（一）行业能力的导向性

旅游业的发展实践证明，旅游管理队伍大多来源于一线员工的晋升，需要理论素养，更需要能力建设。这套系列教材，不拘于学科知识体系框架，更加突出旅游行业岗位能力标准，使学生学习课程内容后，能形成适合旅游发展需要的行业能力结构。

（二）学习兴趣的引导性

兴趣是最好的老师，旅游活动本身就是一种趣味活动，在知识和技术不断更新的情况下，旅游教材不仅应在内容上及时予以反映，更要激活学生不断探究旅游知识，掌握旅游管理技能的兴趣。这套教材重在学生对旅游业相关岗位兴趣的培养，在激发学生浓烈兴趣基础上，再提供经典的学习材料和进一步探索相关知识、培养相关能力的途径，变被动听讲，为主动求索旅游管理知识和技能。

（三）因材施教的针对性

处在当今信息化社会中的大学生，思维活跃、接受能力强，而且精力充沛，追求着时尚和新潮。教材内容老套，教学手段落后，教学方法刻板，是当今大学生厌学的重要原

因。针对旅游本身就是青年人追求的生活时尚，这套教材版式活泼，图文并茂，做到了科学性、趣味性、可读性与当代大学生学习、思维特点的有机结合。每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”以及小案例或小对话，生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容；教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，不仅针对旅游行业特殊性，而且紧密结合当代大学生的思维特点，做到因材施教。

随着旅游业影响力的不断扩大，越来越多的莘莘学子步入高等学府，学习旅游专业；越来越多的高等院校开办旅游专业，输送旅游行业的新生力量；越来越多的出版单位和专家学者关注旅游教育，出版多种教材。欣喜之余，也企盼着在方方面面的努力下，旅游教材日臻完美，旅游教育日趋完善，中国早日由劳动力储备大国转变为旅游人才强国，由旅游教育大国转变为旅游教育强国。

中国旅游文化资源开发促进会副会长 魏小安

2008 年夏

丛书引言

高职高专教育是旅游行业人才培养最为有效的形式之一，而一套适合高职高专层次、把握现代服务业发展脉搏、切准旅游业岗位需求的教材，是许多高职高专院校孜孜以求的教学要件。为了落实教育部《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神，确保高质量教材进课堂，“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”编委会，在全国范围内，精选高职高专教学一线的教师，根据高职高专旅游专业课程设置的需要，针对当前高职高专学生的学习特点，编辑出版了“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。对于出版社和编者而言，这是一大挑战，而对于高职高专院校来说，实为一大幸事。

纵观这套教材，具有如下特点：

1. 定位明确：紧紧围绕旅游行业岗位的要求、标准编写。教材的结构符合学生学习动机，能够诱发学生的学习兴趣。遵循从实际到理论，从具体到抽象，从个别到一般，或者说是提出问题、解决问题、归纳总结问题，选用任务导向和案例分析。教学目标具体、层次分明、文字凝练、信息传递高效，让学生一目了然。

2. 特色突出：突出了高职高专特色和旅游行业特色，强化就业中要用到的技能，弱化理论和原理介绍。对操作性比较强的课程，实训内容占较大比例。每本书的参编人员要求必须有一名和本书内容对应的旅游企业在岗人员，确保其实用性。

3. 版式活泼：图文并茂，力图做到科学性、趣味性、可读性和实用性的有机结合，每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”、“正文”、“课后总结”等几个板块。使教材使用者能便捷地把握主要内容、重点、难点以及知识和能力要求。章节正文内容之前的“小案例”或“小对话”生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，为学生在兴趣驱使下，自主深化学习内容，提供了丰富的材料和便捷的途径。

教材编写者为了突出上述特色，做了许多努力，他们的每一点努力，哪怕是细微之处的改进，都将会使教师使用教材时，更加得心应手，学生学习教材时，收益更多。

我相信随着这套教材走进课堂，教师备课、授课将更加轻松，学生的学习活动，将变得更加生动有趣，高职高专的教学质量，将得到进一步提升。

高 峻

2008 年 6 月 22 日

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

编委会名单

顾 问 程文栋 魏小安 石培华 高 峻

主 编 全 华 于成国

委 员 (以姓氏笔画为序)

马荣霞 王永刚 王 晶 付向阳 刘琼英

朴松爱 张立达 张 帆 张柏君 李 飞

李 婍 李 森 李 颖 杜 炜 杨宏伟

陈 昀 郑旭华 郑 岩 俞 彤 姜海涛

柏 杨 凌 强 唐 飞 徐 兢 崔广彬

曹洪珍 彭绪娟 韩雪琴 蒯兴望

《旅游规划实务》编委会

主 编 全 华

副主编 石培华

编 委 (按姓氏笔画为序)

毛成刚 王丽华 刘琼英

前言

早在1970年3月，美国放松对前往中国和对中国贸易的官方限制。中国不失时机地对此作出了反应。1971年2月，毛泽东在旅游局关于接待外国来华旅行客人的报告上批示“人数可略增加，右派也可来一点，只要我们把屋子打扫干净就行”。中国将旅游业作为一个产业来发展，始于1978年。当时，邓小平同志高瞻远瞩地提出，旅游业可以赚取大量外汇，要加快地搞，大力地搞。旅游发展规划起步于20世纪80年代，开始时多为景点、景区的规划，然后发展为旅游城市和旅游县、市的发展规划。自1998年国务院旅游工作会议将旅游业正式列为支柱产业以来，旅游发展规划在省级行政区尺度上迅速开展起来。迄今已完成省级旅游发展规划。旅游发展规划的新趋势是：①从注重旅游经济效益的发展规划转向规划区域系统和谐的可持续旅游规划；②从资源导向、产品导向的规划转向市场导向、重视营销、关注人本的规划；③从大尺度的旅游发展总体规划，转向中小尺度，甚至景区（点）的建设性规划。

我国旅游规划从无到有，从有到精，概括起来其成长历程经历了以下三个阶段。

1. 第一阶段：引进、推广、探索阶段

从政府和学界地理口出身的我国老一辈旅游规划大师引进了旅游规划的理念，制定了与旅游规划相关的各类标准，通过政策法规、行政手段和自身的影响力在全国各地推广旅游规划，并主持编制了一大批旅游规划，为探索出我国旅游规划编制的程序和套路作出了重要贡献。

2. 第二阶段：百花齐放，全面开花阶段

旅游规划氛围形成之后，与其他行业一样，旅游规划迎来了一个全面开花的发展阶段，推动了规划的粗放式大发展。此阶段的旅游规划在很大程度上起了一个扫盲作用。全国许多地方在短短几年内都拿出了自己的旅游规划。全面开花的规划成果中粗糙的成分居多。规划机构自身的成长跟不上市场的膨胀，往往是一个专家带了一批学徒边学边干，学徒还未出师就自立门户再带一批学徒。规划机构的数量大幅增长，到目前为止国内还未出现能整合全国专家、具有一定规模的规划机构。

3. 第三阶段：正在迈向一个规范发展、提升质量，提高标准、奉献精品的新阶段

规划行业正在走向成熟和稳定，以“精”取胜成为富有社会责任感和战略眼光的规划设计单位的价值取向和职业追求。精品规划需要真正的行家编制，体现专业水准，如项目设计要能“落地”，政策建议要能在政府部门执行、投资估算要能经得起审计、资金来源要明确渠道、市场预测要能经得起实践检验等。只有这样，才能编制出精品旅游规划。

旅游规划是实践性很强的课程之一。旅游实践的发展推动了旅游规划。邓小平同志对旅游业高度重视，并直接指出要很好地制定一个发展规划，因此，旅游规划应运而生，近年来，更是开展得如火如荼。许多高校和科研单位的旅游规划课题任务应接不暇。旅游规

划成果，相对于其他科研成果来说，直接受到旅游实践的检验，周期短，没有中间环节。

本书由上海财经大学国际工商管理学院旅游管理系全华任主编，国家旅游局中国旅游研究院副院长石培华任副主编，东北财经大学王丽华、山西财经大学毛成刚、乐山职业技术学院刘琼英任编委。具体分工如下：全华完成全书写作大纲、全书统稿，并编写第二、三、四、五、六、九、十、十二、十三章，石培华编写第一章及相关案例，王丽华编写第十一章，刘琼英编写第七章，毛成刚编写第八章。

本书在写作过程中，参考、引用了国内外许多文献资料，并在文中尽可能地作出了标注，有极少数文献未能明确原作者或标注有误，敬请原作者和读者谅解。由于作者水平有限，疏漏之处在所难免，恳请读者不吝赐教。

编 者
2009 年 1 月

目 录

第一章	旅游规划概述	1
第一节	旅游规划的意义	2
第二节	旅游规划与旅游规划者	5
第三节	如何提高旅游规划质量	8
第二章	旅游规划工作内容	15
第一节	旅游规划内容的有关规定	17
第二节	旅游总体规划内容框架	19
第三节	旅游总体规划各部分内容概要	20
第四节	旅游区详细规划内容	25
第三章	旅游规划工作流程	41
第一节	旅游规划的立项	43
第二节	选定规划编制者	45
第三节	组建规划机构与班子	49
第四节	编制规划工作计划	50
第五节	实地考察与调研	52
第六节	编写规划报告	53
第七节	旅游规划评审	54
第八节	旅游规划修改、审批与实施	56
第四章	旅游空间布局	58
第一节	空间布局的原则	59
第二节	空间布局的方法	60
第三节	空间布局模式	68
第五章	旅游项目设计	74
第一节	影响旅游项目设计的主因子分析	76
第二节	项目创意	81
第六章	旅游线路与旅游网络	92
第一节	旅游线路	93
第二节	旅游网络	102
第七章	旅游环境保护规划	108
第一节	旅游环境保护规划概述	109
第二节	绿色技术在旅游规划中的应用	114
第三节	旅游服务设施的绿色规划	117
第八章	旅游保障体系规划	124
第一节	规划实施的组织与管理保障	125

第二节	人力资源保障	134
第三节	资金保障	138
第四节	法规保障	140
第九章	旅游规划方法体系	145
第一节	旅游市场分析方法	146
第二节	RS 技术	152
第三节	GIS 技术	153
第四节	GPS 技术	158
第五节	虚拟现实技术	158
第六节	信息网络技术	159
第十章	旅游资源分类与评价	161
第一节	旅游资源分类	164
第二节	旅游资源评价目的与原则	172
第三节	旅游资源评价内容	174
第四节	旅游资源评价的方法	176
第五节	旅游资源评价的标准	192
第十一章	旅游后效及其追踪监控	200
第一节	旅游的社会后效	201
第二节	旅游开发的区域经济后效	205
第三节	旅游环境后效	208
第四节	追踪监控的宏观运行机制	211
第五节	追踪监控的系统运行模式	213
第十二章	旅游规划图的设计和编制	221
第一节	旅游地图的基本知识	222
第二节	旅游地图的设计和编绘	231
第三节	旅游规划图的设计和编制	242
第十三章	旅游规划野外考察	254
第一节	野外考察的基本知识	255
第二节	野外考察和调查的基本技能	271
参考文献		282

第一章 旅游规划概述

知识目标

了解旅游规划的内容，学习旅游规划的意义。

能力目标

通过案例分析，判断社会需要的旅游规划。

技能目标

培养鉴别旅游规划成果的能力，掌握旅游规划质量测评技能。

重点难点

旅游规划的概念、特点及分类，旅游规划的意义。

概括旅游规划发展趋势，训练学生广泛收集信息，驾驭资料，综合概括的能力。

引例

重庆綦江市西南的东溪镇，是一个具有 2000 多年历史的古镇，是电影《哈儿师长》外景地。这里曾经是人声鼎沸、车水马龙的内河港口，过去的贵州、湖南、云南一些地区的食盐从这里完成水陆联运。东溪镇不仅有明清、民国时期留下的古街道、古建筑，而且綦河、东丁河、福林河绕镇而过，承载着岁月沧桑的石板街沿河延伸，参天古树掩映着古老的河流、古街道和古盐道。渝黔高速公路从镇旁经过，把距重庆市朝天门 110 千米的东溪镇，纳入一小时都市经济圈。东溪镇领导迫切希望发挥旅游资源优势，发展旅游业，但苦于没有规划，不敢轻举妄动。于是，聘请有关专家编制了东溪镇古镇保护规划、东溪镇生态旅游规划、东溪镇城镇规划等。各种规划堆积如山，也耗费了不少资金，但还是不知道如何着手发展旅游业。四川“5·12”地震余波未停，东溪镇又聘请一批专家进行实地考察，拟选择全国一流的专家，制定一个可操作的旅游规划。对于东溪镇来说，不知道应该聘请何种专家，才能编制符合自己意愿的旅游规划；对于前来考察的专家而言，也不知道东溪镇希望做什么样的旅游规划。

第一节 旅游规划的意义

一、旅游规划已成为时代需求

想一想

申报国家 A 级景区（点）、旅游国债项目以及国家旅游扶贫试验区等，都要求有相应级别的行政主管部门或地方政府正式批准的旅游发展总体规划。为什么？

科技的不断进步，经济的快速发展，使得工作时间缩短，闲暇时间增加，可支配收入增多，旅游活动从贵族的爱好变成普通百姓的一种生活时尚。喷气飞机和主题公园的出现，极大地推动了旅游业的发展，旅游活动的空间大大扩展。很多国家和地区通过发展旅游业快速实现经济增长，旅游业在世界经济发展中开始具有广泛的影响。1978 年，邓小平同志高瞻远瞩地提出，旅游业可以赚取大量外汇，要加快地搞，大力地搞。并提出要很好地制定一个发展规划。目前我国各省（直辖市、自治区）都已编制了旅游发展规划，多数地、市、县都已经或正在着手编制旅游发展规划，部分旅游资源突出的重点镇、乡、村还编制了旅游开发规划；一大批以资源或市场为纽带的跨行政区旅游规划也在陆续编制出台；大多数已经开发或正在着手立项开发的景区点都已经做了旅游总体规划、控制性详细规划和修建性详细规划，引入案例中的重庆东溪古镇，就是乡镇旅游规划的代表。自国家鼓励专家、学者参与国民经济与社会发展五年规划以来，全国各地“十一五”旅游产业发展规划不少是委托专业规划机构或科研院所编制的。在众多的规划成果中，涌现了一批优秀规划，对各地旅游和社会经济发展起到了积极的推动作用。

二、旅游规划与我们息息相关

1. 几乎所有人都有旅游欲望

城里人想看山清水秀、空气清新、纯朴自然的乡村风光，乡里人向往高楼林立、街道宽阔，“绿化、美化、亮化”了的城市景观；久居内陆的人们，想看看大海，海边的人也神往内地的草原、沙漠、森林；青年人想感受一下外面的世界多精彩，老年人想到曾经留下许多故事的地方去怀旧，到处看看外面的世界有了哪些变化。某一调查公司调查：对 35 岁以下的年轻人，有 4 个最被追求的生活内容，其中之一就是旅游。

2. 几乎所有人都有陪同客人参观游览的经历

现在的趋势是很多工作可以在家里做，在家里做有很大的自由度，也有比较高的效率，从社会总体运作来说，也会降低成本。但是它也带

来一个负面的影响,即人与人不交往,时间久了,会逆反出加倍的需求,就是对社会交往的需求,进一步是对自然的需求。这两种需求汇总在一起促进了旅游业的蓬勃发展,这种蓬勃发展正是高度技术化的社会和逐步个性化的生活要求带来的一种逆反性的需求。因此,旅游需求的发展在 21 世纪要远远超出 20 世纪。这种旅游发展的趋势之一,就是寻亲访友、自费旅游、散客旅游比例增大。因此,亲友陪同旅游的现象正在逐渐增多。

3. 几乎任何旅游点,都有旅游者光顾

张贤亮的“荒凉”,中缅边境的“人妖”,鞍钢的“钢铁是怎样炼成的”,一汽、柳微、蒙牛等企业,都吸引着成千上万的游客。北京大学、清华大学等著名学府,也开始接待旅游者,游览者络绎不绝。

要长期吸引游客光顾,就要有科学的旅游规划;要陪好客人,使之在有限的时间内,一定的旅游支出数额下,最大限度地满足其旅游欲望;要了解旅游规划,科学安排旅游线路;要满足不同人群的旅游欲望,就要规划设计出针对不同客源市场的旅游产品。

三、旅游规划实践性较强

旅游规划的实践性较强,从下面几个方面可以说明。

1. 正是旅游实践的发展,推动了旅游规划

1978 年中国旅游业创汇 2.63 亿美元,2001 年的创汇额是其 68 倍,二十多年间有九年的年度增长率超过 20%。中国旅游创汇在世界的排名,由改革开放之初的 41 名,提升到 2002 年的第 7 名。2007 年,全国入境旅游人数达 1.32 亿人次,增长 5.5%,旅游外汇收入达 419 亿美元,增长 23.5%;国内旅游人数达 16.1 亿人次,增长 15.5%;国内旅游收入达 7771 亿元,增长 24.7%。旅游业总收入首次突破 1 万亿元,达 1.09 万亿元,增长 22.6%;出境旅游达 4095 万人次,增长 18.6%。中国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。旅游开发的范围,更由北京、上海、广州、苏州、杭州、桂林、西安等城市扩大到几乎所有的中等城市,地域上到达中部、西部。可以将这二十多年的发展历程形象地形容为攻城略地的过程。

2. 旅游规划涉及许多实际行业

旅游规划,尤其是旅游总体规划,牵涉到工业、农业、商业、交通运输业、邮电通信、文化卫生等众多行业。可以说,几乎没有哪个行业,与旅游业毫无牵连。

3. 旅游规划成果

相对于其他科研成果来说,旅游规划成果直接受到旅游实践的检验,周期短,没有中间环节。许多科研成果,有一个从理论到实验,从实验室产品到中试产品,再到工厂化大规模生产的过程。而且不同的中

间环节,形成了相对独立的学科、机构和研究、生产的人员群体。旅游规划成果则不同,送审稿出来之后,马上就面临着来自实际生产单位、当地行政部门以及专家们的严格检验。如果评审未过关,则连后期经费都难以到位,有的甚至要求返还前期研制经费。评审通过之后,旅游规划成果又面临着实施和执行效果的检验。

四、学习旅游规划有利于毕业生就业

旅游管理专业学生毕业以后干什么?这是许多学生迷茫的问题。纵观旅游业各类企事业单位,能容纳高校毕业生就业的岗位不外乎“两大层次、三大支柱、四大类型”。即旅游管理和旅游服务两大层次,旅游饭店、交通、旅行社三大支柱(企业),旅游行业事业管理和旅游服务、景区管理和旅游服务、项目管理和旅游服务、部门管理和旅游服务四大类型(如:以营销为中心的市场部、商品部、表演部、发展部或产品开发部,以品质为中心的景区管理部、园林部、工程部、游客部,以管理为中心的人力资源部、财务部、信息资源部等部门)。“两大层次、三大支柱、四大类型”都离不开旅游规划,尤其是旅游地规划、旅游项目规划,几乎各旅游地、旅游企事业单位都在做这一类规划。而且,每隔几年要再搞一次,或修编旅游规划,这是一项普遍而又具有长久性的工作。各地、各相关学科,都在参与不同类型的旅游规划,即使不在旅游部门,别的行业或部门同样需要规划,这是科学管理的普遍要求,也是对高素质管理人才的基本要求。

五、旅游规划是旅游业可持续发展的有效途径

旅游规划是预测和调节旅游系统的变化,以促进有秩序的开发,从而扩大开发过程的社会、经济与环境效益。可持续发展是既满足当代人的需要,又不影响下一代人发展需要的发展。所以可持续发展的要害是一个代际工程问题,也有一个我们同代各个区域之间的工程问题。旅游规划更应该考虑可持续发展,因为从根本上来说,旅游规划与可持续发展有一种天然的偶合关系,对可持续发展战略的这种要求应该是内在的、本质上的,这就需要旅游全行业共同促进、共同实施可持续发展的战略。

旅游规划强调有序地开发,通过规划,有步骤、有计划、科学地发展旅游业,减少无计划的盲目性、不符合客观实际的速成性和无政府主义的自发性,做到“规划可操作,发展可持续”。由此可以看出,旅游规划是旅游业可持续发展的有效途径。

六、旅游规划是树立地区良好形象的有效渠道

旅游是人们离开常住地,到异地寻求美好经历的活动。一个地区要发展旅游业,吸引游客前来观光、览胜,就必须创造一个令旅游者爽心

悦目的环境。旅游规划就是要分析旅游地的“文脉”，即其自然地理基础、历史文化传统、民族心理积淀、社会经济水平四维时空组合。既可顺应文脉，升华认同感，提炼主题，也可逆反文脉，出奇制胜，构筑差异化主题，还可将顺应与逆反相结合。旅游规划可凝练出特色鲜明的主题，配置好烘托主题的各种配景与环境，实际上也是塑造地区良好形象的过程。由于旅游规划对地区形象的塑造，经过了地区 SWOT 系统分析，与周边地域大环境进行了科学比较，因此，旅游规划是树立地区良好形象的有效渠道。

第二节 旅游规划与旅游规划者

一、旅游规划

1. 什么是旅游规划

旅游规划是对未来旅游发展状况的构想和安排，以使旅游资源产生应有的经济效益、社会效益和生态效益。它以旅游市场变化和发展为出发点、以旅游项目设计为重点，按照国民经济发展要求和当地旅游业发展基础，对旅游消费六大要素发展及相关行业进行科学安排和部署。在此基础上，寻求旅游项目的最佳设计和组合，以及旅游业对人类福利的环境质量的最优贡献过程（冯维波，2000）。它既是社会经济发展规划的重要组成部分，也是国土规划和城镇建设规划的有机组成部分（吴人韦，1999）。

墨菲（Peter E. Murphy，1985）关于旅游规划的定义：旅游规划是预测和调节系统内的变化，以促进有秩序的开发，从而扩大开发过程的社会、经济与环境效益。

“系统”主要是指旅游系统，是由吃、住、行、游、购、娱六要素有机组合而成的系统。旅游规划就是对六要素的未来状况，进行时空安排。在吃、住方面，主要是宾馆、小吃街、店铺的布局与时段安排；行，包括客源地到旅游目的地的区外交通和旅游地内的交通，主要是景区内交通；游，是旅游规划的中心环节，这方面的规划任务是：开发旅游资源，形成旅游产品。未经开发的自然山水，游客难以靠近，也不易找到最佳观赏角度；未合理组织的人文旅游资源，游客难以体验到。到了少数民族风情旅游地，不可能随便打开一处房舍，就会发现满屋的“风情”。

中国国家旅游局（1999年3月29日）《旅游发展规划管理暂行办法》规定：旅游发展规划是根据旅游业的历史、现状和市场要素的变化所制定的目标体系，以及为实现目标体系，在特定的发展条件下，对旅游发展的要素所做的安排。

目标体系主要指旅游入次数和旅游收入，但仅规划入次数和收入，

还难以看出旅游业的相对重要性。所以，旅游规划指标体系中，一般还应列出旅游收入占 GDP 的比重这一指标，以说明旅游业在当地某时段的重要性。

简言之，旅游规划就是在科学预测游客规模、旅游兴趣、客源地域结构、客流层次结构、客流空间分布与流动过程等客源市场变化的基础上，结合规划区的资源基础、社会经济条件，按照资源节约、布局科学、建设适量、效益优化的目标，恰当安排旅游活动六要素时空结构的谋划过程与成果载体。旅游规划是科学与艺术的有机结合，有时被看成是一种工作过程，有时也被认为是一类研究的成果载体，包括旅游规划文本、说明书、规划图纸以及专题报告等。规划成果载体要求客观、美观、直观。旅游规划成果内容要有科学数据支撑，表现形式要求符合审美法则，让人赏心悦目。

2. 旅游规划类型

(1) 按旅游规划的性质，可分为旅游产业规划、旅游景区规划和旅游项目规划三大类，见图 1-1。

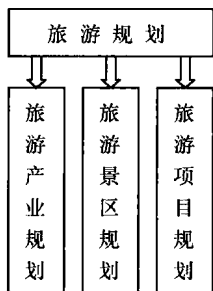


图 1-1 旅游规划类型

(2) 按旅游规划要求的详细程度，可分为总体规划和详细规划两个阶段或类型。

旅游总体规划是关于旅游发展的纲领性规划，是对旅游六要素建设时空组合的战略性部署。总体规划规定了旅游发展总的原则性问题，如旅游发展的主题、方向、原则、规模、布局、中长期发展目标体系，以及实现这些目标的战略措施等。总体规划有一个期限问题，《旅游发展规划管理暂行办法》第八条规定：

旅游发展规划一般为五年以上的中长期规划。从目前规划实践经验来看，旅游总体规划期限大多为二十年，一般分为三期：近期（当年到当时国民经济五年计划期末），中期（下一个国民经济五年计划开始年份到期末），长期（中期期末到十年后年份）。

旅游总体规划的直接作用是为详细规划和旅游建设工程设计提供依据。

旅游详细规划是总体规划的深化和具体化，也是近期规划的具体化，是对旅游区局部地段或某项工程进行规划设计的战术性布局规划。其主要任务是：对规划区范围内的旅游项目、旅游设施、房屋建筑、园林绿化、环境卫生和其他公共设施做出的具体布置，包括建筑风格与旅游主题的一致，保留和维护景观的视觉通廊，确定游道、建筑单体体量、色彩、控制红线、断面和控制点的坐标、标高、走向或朝向，选定旅游建筑、公共设施、公共绿地等项目的定额指标。

旅游详细规划是旅游各项建设工程设计的重要依据。