



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

旅游规划实用教程

马洪元 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶骁军

旅游规划实用教程

主 编 马洪元

副主编 黎宏宝 陈来生



南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划实用教程 / 马洪元主编. —天津: 南开大学出版社, 2009. 4

ISBN 978-7-310-03114-6

I. 旅… II. 马… III. 旅游业—经济规划—高等学校—教材 IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 035455 号

版权所有 侵权必究

2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 16.5 印张 298 千字

定价: 29.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

内容简介

本书是高等院校旅游专业现代应用型系列教材之一。主要内容分为两大部分：第一部分是基础理论篇，包括旅游规划的基本概念、旅游规划的发展及趋势、旅游规划的理论基础、旅游发展规划的基本内容和编制程序、旅游总体规划及详规的编制等；第二部分是技术方法篇，包括旅游客源市场的分析与预测、旅游资源的调查与评价、旅游主题形象的策划与塑造、旅游项目设计与产品开发、旅游发展支持与保障体系、旅游规划的实施与管理等。全书结合国际、国内旅游规划发展的特点和趋势，引用旅游规划学科最前沿的理论、观点和资料，对旅游规划研究的各个方面作了全面、系统的阐述，内容新颖，文字简洁，并配有案例、教学光盘和大量的阅读材料。本书不仅适合旅游专业本、专科教学，也可作为高校规划学科本科生跨专业公共课程的选用教材，以及旅游行业高级管理人员的培训教材。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游规划概述.....	(1)
第二节 旅游规划的发展历程及趋势	(16)
第三节 旅游规划的理论基础	(25)
第二章 旅游发展规划	(40)
第一节 旅游发展规划的基本原则	(41)
第二节 旅游发展规划的主要任务和内容	(44)
第三节 旅游发展规划的编制程序与要求	(50)
第四节 旅游区划	(53)
第三章 旅游区规划	(57)
第一节 旅游总体规划	(58)
第二节 旅游控制性详细规划	(73)
第三节 旅游修建性详细规划	(78)
第四节 旅游专题规划	(80)
第四章 旅游客源市场的分析与预测	(91)
第一节 旅游客源市场调查与分析	(91)
第二节 旅游客源市场细分与定位	(98)
第三节 旅游客源市场的预测.....	(108)
第五章 旅游资源调查与评价	(115)
第一节 旅游资源调查的内容和步骤.....	(115)

第二节 旅游资源评价.....	(120)
第六章 旅游主题定位与形象塑造.....	(132)
第一节 旅游主题定位.....	(132)
第二节 旅游主题形象的概念体系.....	(135)
第三节 主题形象的定位与塑造.....	(141)
第四节 主题形象的推广.....	(148)
第七章 旅游项目设计与产品开发.....	(155)
第一节 旅游项目设计的基础及主要原则.....	(155)
第二节 旅游项目设计的类型和主要内容.....	(162)
第三节 旅游产品的特征和主要类型.....	(168)
第四节 旅游产品的开发.....	(173)
第八章 旅游规划的支持与保障体系.....	(183)
第一节 保障体系的作用与特征.....	(183)
第二节 保障体系的构成和内容.....	(190)
第九章 旅游规划的实施管理.....	(210)
第一节 旅游规划实施管理的内容.....	(210)
第二节 旅游规划实施管理的方法.....	(220)
第三节 旅游规划管理体系.....	(233)
附 录	
一 苏州市旅游总体规划总文本(2001—2020)目录.....	(239)
二 旅游项目库.....	(241)
三 ××景区旅游客源市场调查问卷.....	(247)
四 湖北××森林公园旅游市场分析与定位.....	(250)
主要参考文献	(254)
后 记	(255)

第一章 绪 论

本章提要

旅游规划是一门理论性、系统性、实践性都很强的学科。本章作为旅游规划基础理论篇中的一部分,对旅游规划的概念体系、发展进程及趋势,旅游规划的理论基础等作了充分的论述和探讨,目的在于使学生在进一步学习旅游规划核心技术方法之前,对旅游规划的基本概念、类型划分、主要内容及基本特点、国内外旅游规划的发展研究历程和趋势等有关旅游规划的基本知识有一个较为全面的了解和掌握。

第一节 旅游规划概述

一、旅游规划的概念

“规划”一词,《现代汉语词典》里的解释为“比较全面的长远的发展计划”,《辞海》中“规划”词条的释义为“谋划、筹划”。因此,“规划”经常与“计划”、“谋划”、“策划”等词替换和混用。规划是对未来各种长远活动方案的选择,具有宏观性、长远性、战略性和预测性。计划、谋划、筹划等则相对内容具体、时间短、设计

面窄,是根据规划进行具体实施的部署。因此,规划通常兼有两层含义:一是描绘未来,即人们根据现在的认识对未来目标和发展状态的构想;二是行为决策,即实现未来目标或达到某种状态的行动顺序和步骤。

规划与不同的主题搭配则形成不同的内涵,如区域规划、城市规划、社会经济发展规划、园林规划、环境保护规划、教育规划、风景区规划等等。每个行业、每个部门又从自己的实际工作出发编制发展规划。

旅游规划是从区域规划理论中衍生而来的,属于区域规划中的专项规划。因此,旅游规划应服从于区域总体规划的要求。

目前有关旅游规划暂无十分明确的、被公认的定义。不同的专家学者从不同的角度对旅游规划给予了不同的定义和阐释。英国建筑学家和旅游学家劳森(Lawson)和鲍德·鲍威(Baud Bovey)所著《旅游与消闲开发——实体规划手册》(1977)中较早地对旅游规划的理论、一般规划的技术和标准进行了初步的探讨;旅游规划专家墨菲(Murphy)、冈恩(Gun)、盖茨(Getz)等人更深入地揭示了旅游规划的内涵。墨菲在1985年提出的定义是:旅游规划是在预测和调节系统内的变化,以促进有序的开发,从而扩大开发过程中的社会、经济和环境效益。因此,旅游规划是一个连续的操作过程,可以达到某一目标或平衡几个目标。盖茨在1987年提出的定义是:在调查研究与评价的基础上,寻求旅游业对人类福利和环境质量的最优贡献过程。冈恩于1992年指出,旅游业起源于游客对旅游的欲望,终止于对这种欲望的满足,因此,规划决不能无视游客的需求,旅游规划的首要目标是满足游客的需要。他认为,旅游规划是经过一系列选择,从而决定合适的未来行动的过程。这个过程是动态的、互动的。未来的行动不仅是指政策的制定,而主要是目标的实现。湖北大学马勇(1999)认为:旅游规划是指在旅游资源调查评价的基础上,针对旅游资源的属性、特色和旅游地发展规律,根据社会、经济和文化发展趋势,对旅游资源开发进行总体布局、项目技术方案设计和具体实施。

综合以上定义,我们认为:旅游规划是指在一系列调查、分析与评价的基础之上制定旅游发展的目标体系,以及为实现该目标体系而对旅游系统所做的战略部署与具体安排,从而实现区域或旅游景区(点)旅游发展的经济、社会、环境的协调发展和综合效益。应该指出的是,这里的旅游系统应该包含四个部分,即客源市场系统、出行系统、目的地系统和支持系统,而不仅仅是旅游“六要素说”中的行、游、住、食、购、娱或旅游“三体说”中的主体——旅游者、客体——旅游吸引物、媒体——交通手段。支持系统理应成为旅游规划中一个重要的组成部分,因为缺乏一个政策法律保障、有效经济投入、人才教育和培训等支持的旅游系统,将会导致旅游发展的环境破坏、资源损毁、无序开发、粗糙经营、服务质量低

下等不良后果。

二、旅游规划的类型

根据各地各时期不同的具体情况以及编制旅游规划的机构性质和专业特长,旅游规划表现出不同类型和方式。霍尔(Hall 1992)认为,旅游规划可以通过各种形式来表现(如开发、基础设施建设、人力营销),也可通过不同组织表现出来(不同的政府和产业组织),或表现为不同的空间规模(国际级的、全国的、区域的、地方的、部门的)。对旅游规划的分类,目前国内外较具代表性和权威性的观点主要有以下几种:

(一)世界旅游组织的分类方法

世界旅游组织推荐的规划方法,从地域范围、规划期限、组织结构等三方面对规划类型进行了分类。从不同地域范围的角度,可以分为地方性规划(如苏州市旅游总体规划)、区域及区域间旅游规划(如长江三峡区域旅游发展规划)、全国旅游规划(如中国旅游业发展“十五”计划)、国际性规划(如中国云南省与邻近的缅甸、老挝、泰国、柬埔寨、越南六国联合起来的澜沧江—湄公河流域统一的旅游观光区和旅游产业发展规划)。从规划时期的角度,可以将旅游规划划分为短期规划(1~2年)、中期规划(3~6年)、长期规划(10~25年)。从规划的组织结构看,可分为部门规划、项目规划和综合规划等。

(二)国家旅游局《旅游规划通则》的分类方法

根据2003年颁布的中华人民共和国国家标准GB/T18971—2003《旅游规划通则》的规定,旅游规划分为旅游发展规划和旅游区规划两大类型。其中旅游发展规划按规划的范围和政府管理层次又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还可分为省级旅游业发展规划、地市级旅游业发展规划和县级旅游业发展规划,有些乡镇也都编制了旅游发展规划。旅游区规划按规划范围又可以分为总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划等(见图1-1)。

1. 旅游发展规划

旅游发展规划(Tourism Development Plan)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。

旅游发展规划包括近期发展规划(3—5年)、中期发展规划(5—10年)或远期发展规划(10—20年)。旅游发展规划的主要任务是明确旅游业在国民经济和社会发展中的地位与作用,提出旅游业发展目标,优化旅游业发展的要素结构与空间布局,安排旅游业发展优先项目,促进旅游业持续、健康、稳定地发展。

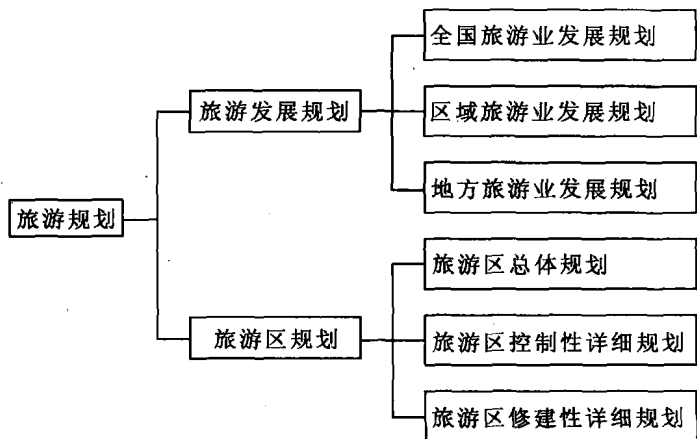


图 1-1 旅游规划分类图

2. 旅游区规划

旅游区规划(Tourism Area Plan)是指为了保护、开发、利用和经营管理旅游区,使其发挥多种功能和作用而进行的各项旅游要素的统筹部署和具体安排。

旅游区在开发、建设之前,原则上应当编制总体规划。小型旅游区可直接编制控制性详细规划。旅游区总体规划的期限一般为 10 至 20 年,同时可根据需要对旅游区的远景发展做出轮廓性的规划安排。对于旅游区近期的发展布局 and 主要建设项目,亦应做出近期规划,期限一般为 3 至 5 年。旅游区总体规划的任务,是分析旅游区客源市场,确定旅游区的主题形象,划定旅游区的用地范围及空间布局,安排旅游区基础设施建设内容,提出开发措施。

在旅游区总体规划的指导下,为了近期建设的需要,可编制旅游区控制性详细规划。旅游区控制性详细规划的任务是,以总体规划为依据,详细规定区内建设用地的各项控制指标和其它规划管理要求,为区内一切开发建设活动提供指导。

对于旅游区当前要建设的地段,应编制修建性详细规划。旅游区修建性详细规划的任务是,在总体规划或控制性详细规划的基础上,进一步深化和细化,用以指导各项建筑和工程设施的设计和施工。

(三)吴必虎的时—空二维分类法

北京大学吴必虎(2001)认为从空间(范围大小和产品功能)和时间(旅游业成熟程度)结合的角度,可以将所有的旅游规划归纳为时空二维体系。从空间的角度来看,可以分为区域性的旅游规划和社区性的旅游规划两种情况,即区域旅游规划(Regional Tourism Planning)和社区旅游规划(Community Tourism Planning)两种基本类型,二者在空间范围、土地利用布局、旅游产品功能及支持

系统构建等方面有明显不同。从时间维度来看,无论是区域规划还是社区规划,根据旅游发展阶段的不同,又都分为初期的开发规划和成熟期的管理规划两种情况。并进一步指出,发展中国家和地区所编制的大多数规划属于开发规划,而发达国家所做的规划大多数已经进入管理规划的时期。

三、旅游规划的主要内容与结构模式

(一) 旅游规划的主要内容

1. 旅游规划的背景分析

旅游规划的编制必须在一定的区域经济、社会和文化背景之下来进行,旅游发展战略的选择、旅游主题形象的定位、旅游产业结构的布局都必须考虑区域经济、社会文化背景。旅游活动涉及与食、住、行、游、购、娱等要素相关的产业和部门,所以要制定旅游规划必须充分分析和透彻研究区域内的经济、社会、文化背景,这样才能正确地确定旅游发展的主题,合理地选择旅游发展战略。

2. 旅游资源与市场分析

旅游资源是发展旅游业的物质基础,因此,在旅游开发之前要根据某种分类方法和评价指标考察规划地区内旅游资源的数量、质量、层次结构、规模容量、艺术价值、文化价值、科学价值,以及开发条件。尤其注重资源转化为产品的适宜性评价。

市场调查与分析主要是指客源市场调查与分析和产品市场调查与分析,客源市场分析主要是规划地区或景区(点)国际、国内、本地客源市场的数量和特征的历史回顾、现状分析及未来预测和定位。现代旅游开发必须以旅游资源为基础,以市场为导向,客源市场结构决定旅游开发的主题和方向。由于旅游产品具有可替代性,因此旅游规划中还必须进行产品市场分析,尤其是对产品市场进行竞争分析,找出其优势市场和优势项目。

3. 制定旅游发展目标和战略

旅游发展目标和战略就是在对规划地区或景区(点)旅游发展背景、资源和市场分析的基础之上提出本地区或景区(点)旅游发展的目标和实施战略。发展目标又可细分为总目标和分阶段目标。总目标是规划期内规划地区或景区(点)希望达到的综合目标,一般包括旅游业在整个地区经济中的地位,包括旅游业收益占GDP的百分比;分阶段目标是指每个阶段规划区域或景区(点)希望达到的目标,如旅游人数指标、旅游收入指标、旅游就业人数指标等具体目标。为实现这些目标所采取的战略通常有政府主导、部门联动战略,资源立基、市场导向战略,形象先导战略,特色差异战略,文化兴旅战略,城市旅游战略,不断创新、持续发展战略等等。

4. 旅游目的地规划

本部分作为旅游规划的核心内容,是旅游规划创造性、前瞻性和可操作性的主要表现。旅游规划要“虚实结合”,“虚”是指针对规划地区或景区(点)提出的一系列旅游发展目标及战略思路,“实”是指为实现战略目标而设计的具体行动部署,只有二者紧密结合,才能使规划既能充当政府的决策咨文,又能充当企业的投资指南。就内容而言,目的地规划主要包括旅游主题形象的定位,旅游空间布局和功能分区,旅游项目和产品设计,旅游营销规划等。

(1) 确定旅游主题形象

在充分进行资源调查与评价,市场分析和社会经济条件分析的基础上,要对规划地区或景区(点)旅游发展的主题形象进行定位。主题形象是旅游者对旅游目的地的总体认识和评价,是当今商业与信息传播时代旅游业发展新的主要显性因子,旅游规划的重点和核心。只有确定了旅游发展的主题形象,才能进一步进行旅游规划的空间布局和功能分区,旅游项目和产品的设计和开发。旅游主题形象可使旅游地政府和公众对本地旅游的资源核心、产品定位和发展目标有更清楚、直观的认识,使该旅游地在众多的同类旅游地中以鲜明的姿态出现在旅游者面前,纵观世界及中国旅游业的发展莫不如此。大凡万众神往、游人如织的旅游胜地,均具有鲜明而独特的旅游形象。主题形象的定位要在分析当地自然资源(地脉)、人文资源(人脉)、市场需求及偏好和竞争者状况后提出。

(2) 空间布局与功能分区

根据旅游发展目标、战略及确定的旅游主题形象,对规划地区或景区(点)进行总体的空间布局,这些布局既要依据当地的资源、交通条件,又要考虑到旅游功能的集中展现、项目和相关配套设施的合理布局、旅游线路的有机组合以及规划地区或景区(点)的长远发展。如在《浙江省仙源湖旅游度假区总体规划(2005~2020)》中,根据“激情山水逍遥游”的主题形象将度假区分为安地镇服务区、凤凰度假村、规划养生区和山水体验区四大功能区域。

(3) 旅游项目与产品规划

旅游项目与产品的设计与开发是规划地区或景区(点)资源与特色的核心体现,是规划地区或景区(点)是否具有市场竞争力的重要参考标准,是规划是否具有科学性、创新性与可操作性的判断依据。当然,项目的创意规划要在充分论证的基础上提出应建项目,要和旅游主题形象的定位、市场的需求相契合。项目设计不宜过多、过细,要富有弹性,否则可能不利于旅游市场的发展,不利于地方旅游业的市场化操作,并限制开发商、投资商的思维。

规划者可以根据功能分区和旅游景区设计旅游线路,组合成功能多样、层次分明的旅游产品组合,使旅游六要素协调发展,为游客提供一个美好的旅游体

验。

(4) 时空布局

统筹安排区域内旅游业发展的时序,按近期(3~5年)、中期(5~10年)、远期(10~20年)进行规划,指出重点开发的地区,近、中、远期三期项目的设置及近、中、远三期重点项目的选择,这样使得旅游规划既有可操作性,又有前瞻性和指导性。

5. 相关辅助规划

(1) 旅游产业要素规划

旅游活动六要素之间存在一定的内在联系和比例,旅游发展规划还应对区域内旅游活动的要素进行统筹规划、合理布局,确定好六大要素的合理比例关系。六大要素构成区域内旅游业的内部产业结构,它们的合理规划能使旅游系统的效益进一步提高。在旅游规划中主要是对旅游服务设施、旅游基础设施(如交通、给排水、供电、通讯、消防等)进行规划和布局。

(2) 投入产出分析

旅游规划作为一种区域旅游发展战略规划,同时又可以说是一种产业规划,因此必须对整个地方旅游业的投入产出进行分析,包括整个产业的投入产出分析和重点景区、重点项目的投入产出分析。通过这种投入产出的经济分析,确定项目的经济可行性和投资有效性,为政府和投资商投资决策提供重要参考。

(3) 旅游保障体系规划

旅游规划的顺利实现必须要有一个强有力的保障体系,包括旅游管理体制、旅游产业政策、旅游金融投入、科技与人力资源开发等。

旅游业涉及多部门、多行业,涉及面广,管理难度大,必须遵循“政府主导、部门支持、社会参与、市场推动”的保护开发思路,坚持以游客满意为宗旨,以拓宽客源市场为重点,以景点规划建设为突破口,着力抓好资源规划、景区建设、项目设计、产品开发、市场营销、规范管理等重点工作。

(二) 旅游规划结构模式的不同表述

1. 吴必虎区域旅游规划“1231”工程模式与“规划之鹰”

吴必虎(1999)将区域旅游规划的主要内容和步骤归纳为“确定一个发展目标、进行两个基本分析、做好三个发展板块设计、构建一个支持系统”,即区域旅游规划的“1231工程模式”(见图1-2)。

确定一个发展目标,就是根据国内外旅游发展的趋势,从构建旅游产业体系的目标出发,观察目前旅游业对区域经济的贡献率,预测规划期内旅游产业的经济地位,以及旅游业对某些行业的重要性和联动效应,估计旅游业的收益乘数效应和就业效应。

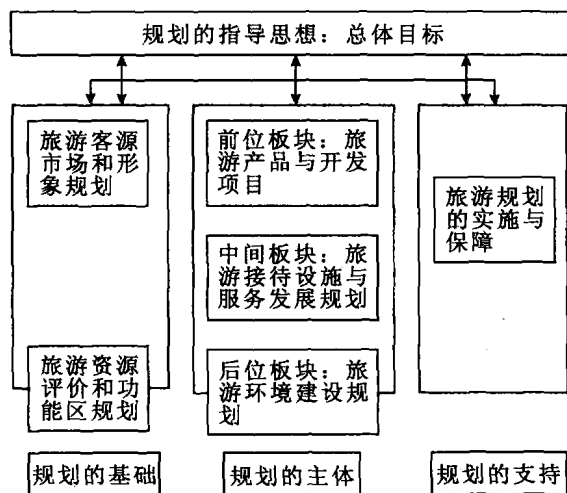


图 1-2 吴必虎旅游规划“1231 工程模式”图

进行二个基本分析，即是对资源与市场的分析。其中，无论是对旅游资源的分析，还是对旅游市场的分析，又可以细分为表层和里层分析，具体内容如下表（表 1-1）

表 1-1 旅游市场和旅游资源的表层和里层分析内容

要素层次	表层内容	里层内容
市场分析	需求方：国际、国内、本地客源市场的数量和特征的历史回顾、现状分析和未来预测	定调子：区域旅游形象设计与传播，旅游目的地的营销与宣传
资源分析	供给方：根据某种分类方案和评价指标，对区域旅游资源进行调查和评价，特别是资源转化为产品的适宜性评价	定盘子：旅游资源开发的空间布局规划、重点资源开发与保护地段的选择、旅游线路设计

资料来源：吴必虎，区域旅游规划原理，北京：中国旅游出版社，2001

设计三个发展板块，是要提出今后旅游发展的各种规划方案或政策措施。第一板块为前位板块，它是指直接吸引旅游者前来参与旅游活动的旅游吸引物，即狭义的旅游产品和开发项目；第二板块为中间板块，它是指为前来的旅游者提供各种旅游服务，包括交通、住宿、餐饮、娱乐、购物等旅游相关行业、设施和服务；第三板块为后位板块，它是指旅游区内外的物质环境和社会环境。以上三个板块层层紧扣、相互依存，构成了区域旅游发展的主要支撑。

表 1-2 区域旅游发展规划方案的前位、中间与后位板块

与游客关系 目的地内涵 规划任务 规划内容	前位板块	中间板块	后位板块
	吸引物板块	相关行业与服务	环境
空间安排	☆	☆	☆
时间安排	☆	☆	
政府投资	☆		☆

资料来源:吴必虎,区域旅游规划原理,北京:中国旅游出版社,2001

构建一个支持系统,指影响旅游规划是否能够得到实施和有效管理的主要因素。包括政府管理与政策、法规,人力资源,投资金融,社区支持,科技保障等。

对于上述“1231 工程模式”吴必虎用一只展翅飞翔的鹰图来形象表示,即“规划之鹰”。他把旅游目的地的起飞视为雄鹰之飞翔,鹰头就指旅游吸引物和对旅游者具有吸引意义的活动;鹰要飞翔,要靠左右两只翅膀,左翼就是交通条件和其他基础设施;右翼就是住宿设施和其他旅游设施和服务;当地的社会经济因素相当于鹰尾,影响着它的飞翔速度和方向。在鹰的前方,是客源市场的指向方向,鹰会朝着那个方向飞翔。最后,在鹰的上下左右围绕着它的大气就是旅游目的地要起飞或翱翔的自然、文化和社会经济环境(支持系统)。

2. 袁书琪旅游规划内容的四个层次

袁书琪(2004)在《试论我国旅游规划的基本内容》一文中指出,旅游规划文本的基本内容应分为以下四个层次:

(1) 规划总依据

旅游规划总背景,包括规划依据、相关规划和规划期限等,属第一层次。

(2) 规划基础

旅游规划基础,包括旅游环境、资源、市场、产业等各方面条件,属于第二层次。

(3) 战略目标规划

战略目标规划,包括旅游发展战略、目标、原则等,也属第二层次,受制于第一层次。

(4) 具体项目规划

具体项目规划,包括旅游发展方方面面的单项规划,属第三层次,受制于第二层次。

(5) 保障系统规划

保障体系规划,包括对策、措施等,属第四层次,受制于上述各层次。

3. 本书“2143”技术线路结构模式

在吸收上述观点及学术界研究成果的基础上,本书提出旅游规划“2143”技

术线路结构模式(图 1-3)。即“进行二个基本分析、构建一个目标与战略、设计四个规划主体、形成三个保障体系”。其中,“二个基本分析”是指对资源和市场的分析,“四个规划主体”分别是指旅游主题形象塑造、空间布局与功能分区、旅游项目与产品设计以及目标市场的选择与预测,“三个保障体系”分别指旅游产业合理布局、旅游环境保护以及政府支持系统。

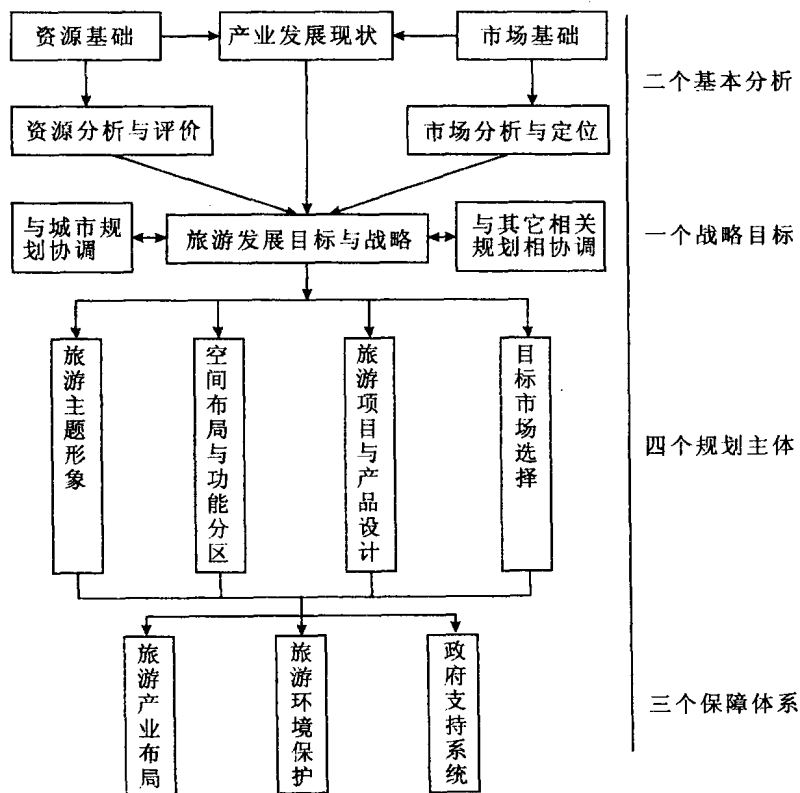


图 1-3 旅游规划“2143”技术线路图

四、旅游规划的基本特点

(一) 基础性与科学性

旅游规划工作本身,需要收集大量的基础性资料,需要对影响旅游地发展的自然、社会、经济等方面的基本情况进行详细的调查、分析与评价,特别是对规划范围的资源状况,旅游市场需求的特征与变化趋势,同类景区(点)的发展现状,必须认真调查和研究。搞清资源的数量、品质、分布与组合状况,以及可能形成的旅游产品和市场需求的旅游产品的资料,并进行科学分析与评定。而对旅游资

源、旅游市场这些基础资料的调查、分析与评价,旅游学科已经形成一套成熟的技术,在规划过程中应遵循一定的调研、分析、评价的方法、技术和原理。

(二) 综合性

1. 旅游规划内容的广泛性和综合性

旅游地作为一个开放性区域,是由自然、社会、经济等系统有机组成,每个系统又可进一步细分为若干子系统及诸多的组成要素。旅游规划涉及自然、经济、社会、人民生活等各个领域,涉及工业、农业、建筑业、交通运输业、宾馆餐饮业、商贸、邮电、通讯、卫生等社会经济的各个部门,内容十分广泛。就旅游规划具体内容来说,既有对规划地区或景区(点)产业发展背景、资源与市场的分析,又涉及旅游目标和战略的制定;既要确定旅游发展的主题形象,又要进行规划地区的空间布局和功能分区;既要设计创意性的项目和产品,又要进行合理的营销与宣传策划;既要注重规划的编制过程,又要保障规划的顺利实施,内容十分庞杂。

2. 规划过程的综合协调性

旅游规划着重综合评价、综合分析论证,强调旅游活动过程中各项要素的相互协调性。如考虑旅游产品、旅游项目的游客容量和布点方案时,首先要研究其必要性,市场的需求和投资的可能性,产品的经济效益、社会效益及对生态环境的影响;然后研究其预选地点的用地结构、地质基础、气候、供水、排水、周围环境等建设条件;还要研究其对外交通、供电、通讯、供气等基础设施及金融、科技、教育文化娱乐、医疗卫生、餐饮、宾馆、商贸等公共性服务设施。总之,是从历史基础、现状特征、未来变化趋势等角度,对多个部门、各方面进行综合的系统分析研究,全面权衡利弊,逐步加以论证。

3. 规划方案的比选性

旅游规划应特别注重发挥地方特色和优势,合理开发利用当地的旅游资源,而旅游资源的开发利用可以形成不同方向和目标的旅游产品。旅游规划工作的重点是研究区域旅游主题形象、区域空间布局和富有特色的旅游项目和产品,而这些都不是唯一的,任何一个功能区域都可以给出多种多样的未来发展蓝图。因此,最后的决策方案是在多方向、多目标、多方案综合比较中筛选出来的,如《三亚市旅游发展总体规划》。

4. 规划队伍的综合性

旅游规划发端于地理科学,因此,早期的旅游规划工作主要由从事地理科学的学者、科研人员担任,随着旅游规划内容的深入,建委系统具有空间规划专长的城市规划人员也大量承担起旅游规划中图件设计等相关硬性规划工作。此后,旅游规划中软性规划内容逐渐增多,经济学、市场学、历史学、社会学、管理学、环境学、美学、法学等专业人员也逐步进入旅游规划行列。