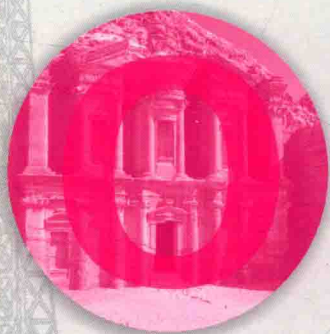




全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材  
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编◎马 勇



# 旅游策划理论与实务

Tourism Planning Theory and Practice

杨振之 周 坤 ◎ 编著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材  
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编 © 马 勇

# 旅游策划理论与实务

Tourism Planning Theory and Practice

杨振之 周 坤 © 编 著



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

旅游策划理论与实务/杨振之,周坤编著. —武汉:华中科技大学出版社, 2019. 1

全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-4724-1

I. ①旅… II. ①杨… ②周… III. ①旅游业-策划-高等学校-教材 IV. ①F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 275326 号

旅游策划理论与实务

杨振之 周坤 编著

Lüyou Cehua Lilun yu Shiwu

策划编辑: 李欢

责任编辑: 倪梦

封面设计: 原色设计

责任校对: 李琴

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录排: 华中科技大学惠友文印中心

印刷: 湖北新华印务有限公司

开本: 787mm×1092mm 1/16

印张: 22.5 插页: 2

字数: 549千字

版次: 2019年1月第1版第1次印刷

定价: 59.80元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究

# 编委会

全国普通高等院校旅游管理专业类“十三五”规划教材  
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

## 总主编

马勇 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任  
中国旅游协会教育分会副会长  
中组部国家“万人计划”教学名师  
湖北大学旅游发展研究院院长，教授、博士生导师

## 编委（排名不分先后）

田里 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会主任  
云南大学工商管理与旅游管理学院原院长，教授、博士生导师

高峻 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任  
上海师范大学旅游学院副院长，教授、博士生导师

韩玉灵 全国旅游职业教育教学指导委员会秘书长  
北京第二外国语学院旅游管理学院教授

罗兹柏 中国旅游未来研究会副会长，重庆旅游发展研究中心主任，教授

郑耀星 中国旅游协会理事，福建师范大学旅游学院教授、博士生导师

董观志 暨南大学旅游规划设计研究院副院长，教授、博士生导师

王琳 海南大学旅游学院院长，教授

梁文慧 澳门城市大学副校长，澳门城市大学国际旅游与管理学院院长，教授、博士生导师

薛兵旺 武汉商学院旅游与酒店管理学院院长，教授

舒伯阳 中南财经政法大学工商管理学院教授、博士生导师

朱运海 湖北文理学院管理学院副教授

罗伊玲 昆明学院旅游管理专业副教授

杨振之 四川大学中国休闲与旅游研究中心主任，四川大学旅游学院教授、博士生导师

黄安民 华侨大学城市建设与经济发展研究院常务副院长，教授

张胜男 首都师范大学资源环境与旅游学院副教授

毕斗斗 华南理工大学经济与贸易学院副教授

史万震 常熟理工学院经济与管理学院酒店管理系副教授

黄光文 南昌大学经济与管理学院旅游管理系教研室主任，副教授

窦志萍 昆明学院旅游学院教授，《旅游研究》杂志主编

李玺 澳门城市大学国际旅游与管理学院副院长，教授、博士生导师

王春雷 上海对外经贸大学中德合作会展专业副教授

朱伟 河南师范大学旅游学院教授

邓爱民 中南财经政法大学旅游管理系主任，教授、博士生导师

程丛喜 武汉轻工大学旅游管理系主任，教授

周霄 武汉轻工大学旅游研究中心主任，副教授

黄其新 江汉大学商学院副院长，副教授

何彪 海南大学旅游学院会展系系主任，副教授

## 内容提要

## Abstract

本书是全国高等院校旅游管理专业类“十三五”规划精品教材和教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材。

全书共分为理论篇与实践篇两部分。理论篇按照旅游策划方案的编写体例展开,全篇共分为九章,第一章旅游策划的基本概念,第二章旅游策划的基本原理,第三章旅游策划的条件及环境分析,第四章旅游策划的市场调查,第五章旅游策划的定位分析,第六章旅游产品策划,第七章旅游营销策划,第八章旅游项目投资估算,第九章旅游项目管理。为方便读者学习和理解旅游策划的基本理论与原理,本书在理论篇各章穿插了知识活页和知识关联,部分章节节选了笔者主持的策划规划方案中的相关部分作为拓展内容。实践篇为读者简要介绍了笔者近年来主持的部分策划规划案例,以翔实、优秀的一线策划成果与策划理论形成呼应,且每个实践案例后面均设置问题与思考、实践与练习,使读者更熟练地掌握旅游策划的编制方法与实践技能。同时,每个策划规划案例还配有与之同类型的国际案例,引导读者以国际视野审视旅游策划的理论与方法。

本书可作为高等院校旅游管理、城乡规划、地理学等相关专业的本科生及研究生学习用书,还可作为旅游策划、城乡规划等相关行业的从业者、旅游行政管理部门工作人员及相关专业教师的参考用书。

This book is a high-quality teaching material for the 13th five-year plan of tourism management major in higher education institutions, and it is a supplementary teaching material for the comprehensive reform pilot project of the tourism management major of the ministry of education.

The book is divided into two parts: theory and practice. The theoretical part is developed according to the compilation style of the tourism planning scheme. The theoretical part is divided into nine chapters: Chapter 1 refers to basic concepts of tourism planning, chapter 2 presents basic principles of tourism planning; chapter 3 covers conditions and environment analysis of tourism planning, chapter 4 covers market survey of tourism planning, chapter 5 presents positioning analysis of tourism planning, chapter 6 refers to tourism product planning, chapter 7 elaborates tourism marketing planning, chapter 8 covers investment estimation of tourism projects, chapter 9 refers to tourism project management. In order to facilitate readers to learn and understand the basic theories and principles of tourism planning, this book is interspersed with knowledge leaflet and knowledge association in each chapter of the theoretical parts, some chapters containing



relevant parts of the planning scheme hosted by the author is regarded as the expansion content. The practical parts briefly introduce some planning cases that the author has presided in recent years, and echo the planning theory with detailed and excellent front-line planning results. Besides, there are questions and thoughts, practices and exercises behind each practice case, so that the readers can master the compilation methods and practical skills of tourism planning more proficiently. At the same time, each planning case is also equipped with the same type of international cases to guide readers to view the theory and method of tourism planning from an international perspective.

This book can be used for undergraduate and graduate study of tourism management, urban and rural planning, geography and other related majors in institutions of higher learning. It can also be used as a reference book for practitioners in tourism planning, urban and rural planning and other related industries, as well as for staff of tourism administration departments and teachers in relevant majors.



# 总序

## Introduction

旅游业在现代服务业大发展的机遇背景下,对全球经济贡献巨大,成为世界经济发展的亮点。国务院已明确提出,将旅游产业确立为国民经济战略性的支柱产业和人民群众满意的现代服务业。由此可见,旅游产业已发展成为拉动经济发展的重要引擎。中国的旅游产业未来的发展受到国家高度重视,旅游产业强劲的发展势头、巨大的产业带动性必将会对中国经济的转型升级和可持续发展产生良好的推动作用。伴随着中国旅游产业发展规模的不断扩大,未来旅游产业发展对各类中高级旅游人才的需求将十分旺盛,这也将有力地推动中国高等旅游教育的发展步入快车道,以更好地适应旅游产业快速发展对人才需求的大趋势。

教育部 2012 年颁布的《普通高等学校本科专业目录(2012 年)》中,将旅游管理专业上升为与工商管理学科平行的一级大类专业,同时下辖旅游管理、酒店管理和会展经济与管理三个二级专业。这意味着,新的专业目录调整为全国高校旅游管理学科与专业的发展提供了良好的发展平台与契机,更为培养 21 世纪旅游行业优秀旅游人才奠定了良好的发展基础。正是在这种旅游经济繁荣发展和对旅游人才需求急剧增长的背景下,积极把握改革转型发展机遇,整合旅游教育资源,为我国旅游业的发展提供强有力的人才保证和智力支持,让旅游教育发展进入更加系统、全方位发展阶段,出版高品质和高水准的“全国高等院校旅游管理类专业‘十三五’规划精品教材”则成为旅游教育发展的迫切需要。

基于此,在教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的大力支持和指导下,华中科技大学出版社汇聚了国内一大批高水平的旅游院校国家教学名师、资深教授及中青年旅游学科带头人,面向“十三五”规划教材做出积极探索,率先组织编撰出版“全国高等院校旅游管理专业类‘十三五’规划精品教材”。该套教材着重于优化专业设置和课程体系,致力于提升旅游人才的培养规格和育人质量,并纳入教育部旅游管理本科综合改革项目配套规划教材的编写和出版,以更好地适应教育部新一轮学科专业目录调整后旅游管理大类高等教育发展和学科专业建设的需要。该套教材特邀教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任、中国旅游协会教育分会副会长、中组部国家“万人计划”教学名师、湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授担任总主编。同时邀请了全国近百所开设旅游管理本科专业的高等学校知名教授、学科带头人和一线骨干专业教师,以及旅游行业专家、海外专业师资等加盟编撰。

该套教材从选题策划到成稿出版,从编写团队到出版团队,从内容组建到内容创新,均展现出极大的创新和突破。选题方面,首批主要编写旅游管理专业类核心课程教材、旅游管



理专业类特色课程教材,产品设计形式灵活,融合互联网高新技术,以多元化、更具趣味性的形式引导学生学习,同时辅以形式多样、内容丰富且极具特色的图片案例、视频案例,为配套数字出版提供技术支持。编写团队均是旅游学界具有代表性的权威学者,出版团队为华中科技大学出版社专门建立的旅游项目精英团队。在编写内容上,结合大数据时代背景,不断更新旅游理论知识,以知识导读、知识链接和知识活页等板块为读者提供全新的阅读体验。

在旅游教育发展改革发展的新形势、新背景下,旅游本科教材需要匹配旅游本科教育需求。因此,编写一套高质量的旅游教材是一项重要的工程,更是承担着一项重要的责任。我们需要旅游专家学者、旅游企业领袖和出版社的共同支持与合作。在本套教材的组织策划及编写出版过程中,得到了旅游业内专家学者和业界精英的大力支持,在此一并致谢!希望这套教材能够为旅游学界、业界和各位对旅游知识充满渴望的学子们带来真正的养分,为中国旅游教育教材建设贡献力量。

丛书编委会  
2015年7月



# 前言

## Preface

旅游策划是旅游管理专业的一个新兴领域,正在引起旅游行政管理部门、旅游投资商、旅游项目运营商和旅游高等院校的重视。近年来,在旅游投资与开发的热潮之下,众多旅游策划规划机构、旅游项目投资与运营商纷纷面向市场与高校,寻求旅游策划人才。然而,自改革开放以来旅游管理教育的三十多年中,我国高等院校将大部分教学资源投入导游、旅行社和酒店等传统领域的旅游人才培养上,对旅游策划人才培养的重视度不够。旅游策划人才储备远远跟不上激增的市场需求,供需失衡为我国旅游高等教育提供了新的时代命题和历史机遇。

旅游策划是旅游规划的灵魂,它的魅力在于赋予教条式的规划文本以活力,为旅游项目的落地做可行性论证。旅游策划考验人们创意创新的能力、视野的宽度和思维的深度。做好一个旅游策划项目需要有一支强大的创意团队,他们需要熟悉各种相关法律法规和国家标准,洞悉市场的现状和趋势,了解商业运作的内部机制,他们需要丰富的实践经验和项目积淀。而这些恰恰是高校教师和学生所缺少的。本书针对上述内容做了详细阐述,这其中既有旅游策划的基本理论原理,也有近年来笔者主持的部分策划规划案例。理论联系实际,以求“格物致知”“知行合一”,既是对旅游策划从业者的必然要求,也是旅游策划学习者的必然需求。

本书的编写团队是一个理论研究与实战经验结合得较好的团队,这里面有奋战在旅游策划规划一线的从业者,有来自旅游景区、市场管理、统计调研等相关企事业单位的人员,也有在高等院校从事旅游教育的专业教师。理论与实践紧密结合是本书编写的初衷,也是我们在策划实践和旅游教学中一直遵循的原则。本书由杨振之(四川大学旅游学院教授、博士生导师、来也旅游发展股份有限公司创始人)确定写作的基本思想、思路和大纲,并负责全书的统稿,周坤(重庆文理学院旅游发展研究中心主任、四川大学文化遗产与旅游开发专业博士生)协助统稿和编撰工作。具体参与的人员有:邹积艺(华夏幸福基业股份有限公司)编写第一章,甘露(四川大学旅游学院教授)编写第二章、第五章,甘露、刘红艳(四川大学旅游学院副教授)编写第三章,陈瑾(四川大学旅游学院教师)编写第四章,杨振之、周坤编写第六章,杨振之、周坤、李会云、冯美玲(都江堰市市场和质量监督管理局)编写第七章、第八章,肖聪(四川大学旅游学院副教授)编写第九章。邹积艺、张丹、魏莉莉、刘广锐编写了第五章的案例,齐镭(来也旅游发展股份有限公司研究院院长)编写了实践篇的国际案例。李园(苏州太湖湿地世界旅游发展有限公司)、唐诗(深圳市维度统计咨询股份有限公司)、王伉及博士



生谢辉基参与了书稿的校对和整理工作。本书理论篇和实践篇引用了来也旅游发展股份有限公司编制的部分策划规划案例,凌剑辉、王晓辉、朱利、周坤、何巍、陈晓波、李光凯、黄笑等多位公司副总裁、项目经理及项目组成员为此付出了巨大心血。

本书在《旅游原创策划》(四川大学出版社,2005)和《旅游项目策划》(清华大学出版社,2007)的基础上,继承其精华,根据新时代发展需求新增部分理论研究与实操案例。前两部书出版后,不少高校将其作为本科生、研究生的教材及教辅书,四川大学旅游管理专业硕士、博士招生时,也率先在国内将旅游策划作为考试科目,旨在推进旅游策划作为一门科学登上大雅之堂。

本书在编写过程中参考和引用了国内外的一些相关文献和资料,以及一些成熟的观点,谨向这些文献资料和所引观点的作者致以诚挚谢意。华中科技大学出版社的李欢编辑为本书的出版给予了无私的帮助,在此表示感谢。对关心与支持我们工作的四川大学旅游学院和来也旅游发展股份有限公司的同事,以及委托我们编制旅游策划规划项目的所有单位表示衷心的感谢。由于编者水平有限,书中难免存在疏漏、谬误之处,恳请各位同仁、读者不吝赐教。

## 理 论 篇

### Theoretical part

#### 第一章 旅游策划的基本概念

##### Chapter 1 Basic concepts of tourism planning

- |     |  |     |
|-----|--|-----|
| 第一节 | 旅游策划的相关概念辨析                                      | /4  |
| ①   | Analysis of related concepts of tourism planning |     |
| 第二节 | 旅游策划的范畴与方法                                       | /12 |
| ②   | Scopes and methods of tourism planning           |     |
| 第三节 | 国内研究基本现状   | /16 |
| ③   | Basic status of domestic research                |     |

#### 第二章 旅游策划的基本原理

##### Chapter 2 Basic principles of tourism planning

- |     |                                       |     |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 第一节 | 以市场需求为导向                              | /20 |
| ①   | Guided by market demand               |     |
| 第二节 | 以资源评价为基础                              | /27 |
| ②   | Based on resource assessment          |     |
| 第三节 | 以项目策划为灵魂                              | /37 |
| ③   | Taking project planning as the soul   |     |
| 第四节 | 以政策法规为保障                              | /38 |
| ④   | Protected by policies and regulations |     |
| 第五节 | 以工程技术为支撑                              | /41 |
| ⑤   | Supported by engineering technology   |     |



45

**第三章 旅游策划的条件及环境分析**

Chapter 3 Conditions and environment analysis of tourism planning

- 第一节 旅游外部环境调查与分析 /46
- ① Investigation and analysis of tourism external environment
- 第二节 旅游区位分析 /50
- ② Tourism location analysis
- 第三节 旅游地块分析 /54
- ③ Tourism plot analysis

57

**第四章 旅游策划的市场调查**

Chapter 4 Market research of tourism planning

- 第一节 游客行为研究 /58
- ① Study on tourist behavior
- 第二节 竞争者调查分析 /68
- ② Competitor survey analysis
- 第三节 商业业态调查 /73
- ③ Business condition survey

85

**第五章 旅游策划的定位分析**

Chapter 5 Analysis of the positioning of tourism planning

- 第一节 旅游形象定位 /86
- ① Tourism image positioning
- 第二节 旅游市场定位 /92
- ② Tourism market positioning
- 第三节 旅游产品定位 /94
- ③ Tourism product positioning
- 第四节 竞争定位 /98
- ④ Competitive positioning

103

**第六章 旅游产品策划**

Chapter 6 Tourism product planning

- 第一节 旅游产品策划的内涵 /104
- ① Connotation of tourism product planning
- 第二节 从旅游资源角度看旅游产品策划 /104
- ② Viewing tourism product planning from the perspective of tourism resource

|     |                                      |      |
|-----|--------------------------------------|------|
| 第三节 | 专项旅游产品策划                             | /109 |
| ③   | Planning of special tourism products |      |

## 127 第七章 旅游营销策划

### Chapter 7 Tourism marketing planning

|     |   |      |
|-----|---|------|
| 第一节 | 旅游营销策划的“智慧之树”理论   | /128 |
| ①   | “Wisdom tree” theory of tourism marketing planning      |      |
| 第二节 | 旅游营销战略与策略   | /130 |
| ②   | Tourism marketing strategies                            |      |
| 第三节 | 新媒体营销技术   | /142 |
| ③   | New media marketing techniques                          |      |
| 第四节 | 基于网络评论的民宿市场营销研究   | /152 |
| ④   | Research on home stay marketing based on network review |      |

## 159 第八章 旅游项目投资估算

### Chapter 8 Estimation and calculation of tourism project investment

|     |  |      |
|-----|--|------|
| 第一节 | 投资估算概念及其内容   | /160 |
| ①   | Concepts and contents of investment estimation and calculation |      |
| 第二节 | 分类投资估算   | /161 |
| ②   | Classified investment estimation and calculation               |      |
| 第三节 | 项目投入总资金与分期投资计划   | /169 |
| ③   | Total investment in projects and phased investment plan        |      |
| 第四节 | 土地国民经济费用的计算方法  | /170 |
| ④   | Calculation methods of land national economic costs            |      |

## 173 第九章 旅游项目管理

### Chapter 9 Tourism project management

|     |  |      |
|-----|--|------|
| 第一节 | 旅游项目管理概述                               | /174 |
| ①   | Overview of tourism project management |      |
| 第二节 | 旅游项目时间管理                               | /179 |
| ②   | Time management of tourism project     |      |
| 第三节 | 旅游项目成本管理                               | /184 |
| ③   | Cost management of tourism project     |      |
| 第四节 | 旅游项目质量管理                               | /188 |
| ④   | Quality management of tourism project  |      |
| 第五节 | 旅游项目风险管理                               | /194 |
| ⑤   | Risk management of tourism project     |      |



## 实践篇 Practice part

205

### 第十章 找差异,做特色:石柱县全域旅游总体规划

Chapter 10 Finding differences and emphasizing features: overall tourism planning of Shizhu county

- |       |  |      |
|-------|--|------|
| 第一节   | 策划方案的编制体系  | /206 |
| ①     | Formulation system of the plan   |      |
| 第二节   | 石柱全域旅游 SWOT 分析   | /207 |
| ②     | SWOT analysis of Shizhu global tourism                                   |      |
| 第三节   | 全域旅游实施的“四个转变”  | /209 |
| ③     | “Four changes” in the implementation of global tourism                   |      |
| 第四节   | 战略定位与目标  | /210 |
| ④     | Strategic positioning and objectives                                     |      |
| 第五节   | 全域旅游空间引导策划   | /213 |
| ⑤     | Space guidance planning of global tourism                                |      |
| 第六节   | 重点项目策划   | /214 |
| ⑥     | Key project planning   |      |
| 国际案例: | 成熟的全域旅游度假目的地——瑞士阿尔卑斯地区   | /219 |
| ⑦     | International case: Mature global tourism resort ; the Swiss Alps region |      |

227

### 第十一章 传统文化类景区的创意与开发:洛阳上清宫老子道源文化旅游区总体策划

Chapter 11 Creativity and development of traditional cultural scenic spots: the overall planning of Luoyang Shangqing palace Laozi Daoyuan cultural tourism area

- |     |                                     |      |
|-----|-------------------------------------|------|
| 第一节 | 背景分析                                | /228 |
| ①   | Background analysis                 |      |
| 第二节 | 市场分析                                | /230 |
| ②   | Market analysis                     |      |
| 第三节 | 资源分析                                | /235 |
| ③   | Resource analysis                   |      |
| 第四节 | 定位与策略                               | /237 |
| ④   | Positioning and strategy            |      |
| 第五节 | 总体布局及项目策划                           | /239 |
| ⑤   | Overall layout and project planning |      |

第六节 投资运营 /243

⑥ Investment operation

国际案例:烟花主题小镇英国 Pepperstock 村的复兴 /245

⑦ International case: The resurgence of the fireworks-themed town of Pepperstock, England

## 251 第十二章 创新策划,活化遗址:开封城摞城遗址文化旅游开发总体策划

Chapter 12 Innovative planning, revitalization of the site: overall planning of Kaifeng Chengluocheng site cultural tourism development

第一节 项目背景 /252

① Project background

第二节 外部条件分析 /253

② External condition analysis

第三节 内部条件分析 /258

③ Internal condition analysis

第四节 定位与策略 /262

④ Positioning and strategy

第五节 总体布局与项目策划 /265

⑤ Overall layout and project planning

第六节 游客容量与游客规模测算 /271

⑥ Measurement of tourist capacity and tourist scale

第七节 效益分析 /273

⑦ Benefit analysis

国际案例:日本登别伊达时代村的旅游开发策划 /275

⑧ International case: tourism development and planning for Japan's Dengbeiyida times village

## 287 第十三章 小主题,大智慧:茅台国坛酒庄旅游综合体总体规划(策划部分)

Chapter 13 Small theme, great wisdom: general planning of tourism complex of Maotai Guotan winery

第一节 规划总则 /288

① General planning

第二节 旅游资源分析与评价 /289

② Analysis and evaluation of tourism resources

第三节 旅游发展战略与目标 /291

③ Tourism development strategies and objectives



|       |  |      |
|-------|--|------|
| 第四节   | 空间布局与分区规划  | /293 |
| ④     | Spatial layout and district planning                                     |      |
| 第五节   | 分区规划   | /296 |
| ⑤     | District planning  |      |
| 第六节   | 旅游产品及线路规划  | /305 |
| ⑥     | Tourism products and route planning                                      |      |
| 第七节   | 市场营销策划   | /309 |
| ⑦     | Marketing planning   |      |
| 第八节   | 投资估算   | /311 |
| ⑧     | Investment estimation and calculation                                    |      |
| 国际案例: | 以小产业做大文章——奥地利莱希镇的旅游产业发展  | /315 |
| ⑨     | International case; the development of tourism industry in lech, Austria |      |

323

第十四章 旅游导引下的城市新区蝶变:南岳衡山国家级旅游度假区总体规划

Chapter 14 Changes of new city area under the guidance of tourism: overall planning of Hengshan national tourism resort

|       |  |      |
|-------|--|------|
| 第一节   | 规划总则   | /324 |
| ①     | General planning   |      |
| 第二节   | 环境条件分析   | /326 |
| ②     | Environmental condition analysis   |      |
| 第三节   | 综合现状   | /328 |
| ③     | Comprehensive status quo   |      |
| 第四节   | 战略定位   | /329 |
| ④     | Strategic positioning  |      |
| 第五节   | 空间结构与功能分区  | /331 |
| ⑤     | Spatial structure and function partitioning  |      |
| 第六节   | 重大项目及游线策划  | /333 |
| ⑥     | Planning of major projects and tourist routes  |      |
| 国际案例: | 以旅游度假小镇引领都市区转型升级——美国奥兰多  | /336 |
| ⑦     | International case: As the resort town ,Orlando leads the transformation and upgrading of the metro area |      |

340

参考文献

References



# 理论篇

Theoretical part

