

普通高等学校规划教材

Tourism Resource
Planning and Development

旅游资源 规划与开发

主 编 樊信友 郑 涛

副主编 舒 兰 朱 琨 漆明亮 何玉婷



非
外
借



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

普通高等学校规划教材

旅游资源规划与开发

主 编 樊信友 郑 涛

副主编 舒 兰 朱 琨 漆明亮 何玉婷



人民交通出版社股份有限公司

China Communications Press Co., Ltd.

内 容 提 要

按照旅游规划内容及工作程序,本书的篇章结构分为规划基础部分、主体部分、支持部分和保障部分。其中,基础部分有旅游规划概述、理论基础和资源分析;主体部分有规划目标体系和导向模式、空间规划、形象创意策划、产品规划和产业规划等;支持部分包括可持续发展规划、市场营销规划、旅游设施规划和交通旅游规划等;保障部分构建了完善的旅游要素保障体系。交通旅游与交通旅游规划成为本书的特色之一。

本书不但可以作为高等院校旅游管理专业学生教材,也可以作为旅游业管理者的学习参考书,还可以作为旅游规划人员的入门读物。

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源规划与开发 / 樊信友, 郑涛主编. — 北京:
人民交通出版社股份有限公司, 2018.9

ISBN 978-7-114-14974-0

I. ①旅… II. ①樊… ②郑… III. ①旅游资源—经
济规划②旅游资源—资源开发 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 186166 号

普通高等学校规划教材

书 名: 旅游资源规划与开发

著 作 者: 樊信友 郑 涛

责任编辑: 郭红蕊

责任校对: 刘 芹

责任印制: 张 凯

出版发行: 人民交通出版社股份有限公司

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街 3 号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010)59757973

总 经 销: 人民交通出版社股份有限公司发行部

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京印匠彩色印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 13.75

字 数: 326 千

版 次: 2018 年 9 月 第 1 版

印 次: 2018 年 9 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-14974-0

定 价: 35.00 元

(有印刷、装订质量问题的图书由本公司负责调换)

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业。随着旅游业在国民经济中产业地位、经济作用逐步增强,其对国民经济的拉动性、乡村振兴的带动力和对文化与环境的促进作用也日益显现。2009年,国务院颁布了《关于加快发展旅游业的意见》,明确提出要把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业,我国旅游业发展面临前所未有的机遇。2016年,旅游业被定位为“五大幸福产业”之首,在社会经济中占有重要地位。2017年,我国旅游业持续取得佳绩,国内旅游人数超过50亿人次,出入境旅游总人数2.7亿人次,全年实现旅游总收入5.4万亿元,对GDP的综合贡献为9.13万亿元,占GDP总量的11.04%。

旅游地规划与开发是发展旅游业的基础,居于整个旅游产业链的最前端。旅游活动是由旅游主体、旅游介体和旅游客体组成的有机系统。其中,旅游主体指的是旅游者,旅游介体是为旅游活动提供便利和服务的产业,而旅游客体指旅游资源。要把旅游业办成旅游者满意的现代服务业,必须对旅游介体要素和旅游资源在时间和空间上进行合理的规划和科学的开发。旅游资源开发利用得好,就会促进当地经济的发展。例如,重庆市近年来大力发展旅游业,充分挖掘本地旅游资源,促进旅游产品的更新换代,搞好市场营销,因此旅游业蓬勃发展,也推动了当地经济的发展。而有些地方则没有充分利用当地的旅游资源,或是在开发过程中不注意合理规划,对旅游资源和生态环境造成了极大破坏,影响了旅游业的可持续发展。因此,做好旅游规划对旅游地建设乃至区域经济发展都有十分重要的意义。

旅游资源规划与开发作为一门应用性很强的课程,是为满足旅游实践而逐渐形成的。由于旅游发展的需要,20世纪80年代出现了区域旅游规划,当时在没有理论指导的情况下,陈传康、郭来喜等老一辈学者把相关学科理论引入旅游规划中,并进行了经验总结和理论探索。我国旅游资源规划与开发方面的正式教材或著作在20世纪90年代中后期才相继出现,较为代表性的有:吴必虎的《区域旅游规划原理》(2001)、邹统钎的《旅游开发与规划》(1999)、辛建荣的《旅游区规划与管理》(1999)、赵黎明的《旅游规划教程》(2006)、马勇的《旅游规划与开发》(2012)等。这些教材或著作的出版,对成长中的旅游规划课程建设,发挥着重要作用。

本教材在吸收相关教材优点的基础上,结合旅游规划实践编写而成。相比同类教材,本教材有四大特点:一是按照旅游地规划的主要内容和程序来安排篇章结构,层次清楚,逻辑性强,便于学生从操作层面理解和掌握教学内容;二是突出交通特色,本教材结合旅游业发展趋势及编写人员背景条件,单独编写了旅游交通与交通旅游这一章节,这在国内尚属首次;三

是面向全国,服务西部,在保证教材理论系统性和完整性的基础上,理论和案例的引入凸显西部特色,表现出服务西部的价值取向;四是实践性强,表现为以实践为线索整合理论内容,同时突出案例教学,让学生从案例教学中培养旅游规划实践操作能力。

本教材由重庆交通大学组织编写,编写成员为樊信友、郑涛、舒兰、朱琨、漆明亮和何玉婷六位。其中,樊信友拟订编写提纲并统稿修改。本书各章分工为:樊信友撰写第四章、第五章、第六章、第九章、第十章;郑涛参与撰写第五章和第十章;舒兰撰写第二章、第三章和第十一章;朱琨撰写第一章和第八章;何玉婷编写第七章;漆明亮撰写第十二章和第十三章。

本次编写,由于时间仓促,加之水平有限,难免有一些疏漏,我们将在使用中不断修改和完善,力争出版一部特色鲜明和应用性强的旅游资源规划与开发教材。本教材在编写过程中,参考了许多前人的研究成果,在此表示真诚的谢意。

第一章 旅游规划概述	1
第一节 旅游规划的概念、分类及作用	1
第二节 旅游规划的原则、程序及内容	4
第三节 旅游规划发展历程及趋势	10
案例一 《海南省全域旅游建设规划》(2016—2020)	15
案例二 《××度假区旅游总体规划》(2015—2030)	16
本章思考题	16
第二章 旅游规划的理论基础	17
第一节 旅游规划的经济学理论	17
第二节 旅游规划的系统理论	22
第三节 旅游规划的生态学理论	23
第四节 旅游规划的人类学理论	25
案例 宁夏全域旅游“四全”发展模式	27
本章思考题	28
第三章 旅游资源及其评价	29
第一节 旅游资源的概念与分类	29
第二节 旅游资源的调查	34
第三节 旅游资源评价	38
案例 重庆市南山风景区旅游资源定量评价	50
本章思考题	52
第四章 旅游规划的目标体系和导向模式	53
第一节 旅游规划的目标体系	53
第二节 旅游规划的导向模式	55
案例 基于体验经济的工业旅游开发模式	57
本章思考题	59

第五章 旅游规划的空间结构与功能分区	60
第一节 旅游空间结构	60
第二节 旅游功能分区	66
第三节 旅游空间结构规划的典型模式	68
第四节 旅游区结构与建筑设施区位选择	71
案例一 四川省“十三五”旅游业战略布局	72
案例二 重庆市永川区卫星湖旅游总体布局与功能分区	74
本章思考题	75
第六章 旅游形象创意设计与传播	76
第一节 旅游形象的含义、特点及分类	76
第二节 旅游形象策划的影响因素	78
第三节 旅游形象策划的过程与方法	82
第四节 旅游形象的传播	87
案例 格尔木旅游形象策划纲要	89
本章思考题	93
第七章 旅游产品创意开发	94
第一节 旅游产品的概念与分类	94
第二节 旅游产品策划的原则与影响因素	96
第三节 旅游产品策划的过程与方法	100
第四节 旅游产品组合	106
案例 大足石刻旅游产品策划方案	108
本章思考题	114
第八章 旅游规划的市场分析及营销创意	115
第一节 旅游市场分析及调研	115
第二节 旅游市场细分	119
第三节 旅游目标市场的选择及定位	122
第四节 旅游市场营销组合	124
案例一 宁夏旅游营销规划概要	130
案例二 重庆市温泉消费市场调查问卷	133
本章思考题	136
第九章 旅游设施的时空规划	137
第一节 旅游餐饮、住宿设施规划	137
第二节 旅游购物、娱乐设施规划	141

第三节 旅游基础设施规划·····	145
案例 《大岚旅游服务设施规划》·····	148
本章思考题·····	154
第十章 旅游交通与交通旅游·····	155
第一节 旅游交通·····	155
第二节 交通旅游·····	160
第三节 交通与旅游融合发展·····	162
案例 宁波东钱湖地区旅游交通“三步曲”规划方法·····	164
本章思考题·····	168
第十一章 旅游可持续发展规划·····	169
第一节 旅游资源与环境保护的必要性与紧迫性·····	169
第二节 旅游环境容量·····	173
第三节 旅游资源与环境保护的措施·····	178
案例 重庆市永川区卫星湖景区旅游环境容量的测定·····	180
本章思考题·····	182
第十二章 旅游保障体系规划·····	183
第一节 政策保障体系·····	183
第二节 市场保障体系·····	186
第三节 组织机构保障体系·····	188
第四节 旅游人力资源规划·····	190
第五节 社区参与·····	192
案例 梅里雪山雨崩村旅游社区参与的组织形式与分配制度·····	197
本章思考题·····	199
第十三章 旅游规划与开发效益评估·····	200
第一节 旅游规划与开发效益评估的概念、分类与原则·····	200
第二节 旅游规划与开发效益评估的内容与方法·····	201
案例 乡村旅游投融资模式·····	204
本章思考题·····	208
参考文献·····	209

第一章

旅游规划概述



教学目标与内容

本章介绍旅游规划相关概念并进行理论综述,让学生对旅游规划形成初步认识。要求学生掌握旅游规划的概念和分类;了解旅游规划的意义和作用;理解和掌握旅游规划的原则、程序和内容;了解中外旅游规划发展的历程和趋势。

第一节 旅游规划的概念、分类及作用

一、旅游规划的概念

旅游规划是旅游发展到一定阶段才出现的对旅游系统的规划与控制,是人类旅游活动发展到一定层次的标志,是旅游产业得以不断升级和提高的方法。

规划(Planning)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。规划通常兼有两层含义:一是描绘未来,即规划是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,即规划实现未来目标或达到未来发展状态的行动顺序和步骤的决策。

旅游规划(Tourism Planning)则是从规划理论及管理科学理论衍生而来的,顾名思义就是对旅游地进行规划。这里的“旅游”并非一般意义上的旅游活动,而是整个旅游系统。我国学者陈安泽和卢云亭提出旅游系统由供给系统和需求系统组成,而供给系统则包括地域系统、旅游服务系统、旅游教育系统和旅游商品系统四个子系统。马勇、李玺在《旅游规划与开发》一书中将旅游系统界定为:由旅游客源市场子系统、旅游目的地吸引力系统、旅游企业子系统以及旅游支撑与保障子系统四个部分组成具有特定的结构、功能和目标的综合体。可以看到,旅游系统具有整体性、层次性和动态性的特点。

不同的学者对旅游规划的概念给予了不同的定义。

在国外,墨非(Murphy, 1985)的定义是:“预测与调节系统内的变化,以促进有秩序的开发,从而扩大开发过程的社会效益、经济效益和环境效益。它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(Getz, 1987)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的过程。”甘恩(Gunn, 1992)认为:“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,规划者决不能忽视游客的需求。”旅游规

划的首要目标是满足游客的需要。他吸收大卫多夫(Davidoff)和瑞内尔(Reiner)的观点,将旅游规划定义为:“经过一系列选择,决定合适的未来的行动过程。”这个过程是动态的、反馈的,未来的行动不仅指政策的制定,而主要是指目标的实现。

在国内,马勇、李玺在《旅游规划与开发》中将旅游规划界定为:“在旅游资源调查和评价的基础上,针对旅游资源的属性、特色和旅游地的发展规律,根据社会、经济和文化的发展趋势,对旅游资源进行总体布局、项目方案设计和具体实施。”赵黎明认为:“旅游规划是对未来旅游发展状况的构想和安排,它建立在一定的现实的调查与评价基础上,通过一系列方法寻求最佳决策,以实现经济效益、社会效益和环境效益最大化。”《旅游规划通则》(GB/T 18971—2003)对旅游规划的界定是:“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。”总的说来,我国学者认为旅游规划是对旅游业未来发展的设想和策划,其目标是根据发展需求尽可能合理有效地分配与利用旅游资源以及旅游接待能力、交通运输能力和保障支持能力等,以提升旅游产品吸引力和营造良好旅游环境,获得发展旅游业的经济效益、社会效益和环境效益。

综合国内外学者对旅游规划的界定,我们可以发现这些阐述强调旅游规划以调研评价研究为基础,以预测调整为手段,以实现协调发展和综合效益为目标。但任何学术概念的界定需要在抽象和具体之间找到一个平衡点,不能太抽象放之四海而皆准,也不能太具体而失去了概括性。根据规划概念,结合旅游系统,本书对旅游规划的定义为:以当地社会、经济和文化为背景,以旅游资源为基础,以市场为出发点,确定目标体系,并对实现目标的旅游及相关要素进行统筹安排,最终实现一定的经济效益、社会效益和环境效益。

二、旅游规划的分类

旅游规划按照不同的标准可以分为以下几类:

(一)按旅游规划的时空二维尺度分类

1. 按空间尺度分类

就空间范围与规模而言,旅游规划可分为国际协调旅游规划、全国旅游业规划、区域旅游业规划、地方旅游业规划和旅游景区规划等。例如,东盟国家之间,就在旅游业经营中采取统一宣传、统一促销、统一价格的协调行动。但是旅游规划中数量居多的还是地方旅游业规划和旅游景区规划。

2. 按时间尺度分类

就时间阶段和内容而言,旅游规划可分为旅游开发战略规划(即远期规划)和旅游地或旅游项目开发建设规划(中期和近期规划)。

(二)按旅游规划的内容和层次分类

从旅游规划的内容和层次上来看旅游规划可以分为两大类:一类是旅游综合规划,另一类是旅游专题规划。

1. 旅游综合规划

旅游综合规划是一个区域的规划概念,它指按照国家和地方旅游业发展纲要精神,结合国家旅游产业布局的要求,提出合理推进旅游业可持续发展的总体设想。包括长远发展的目标,以及在综合分析影响该区域旅游发展的国际国内旅游业形势及相关因素的基础上所提出的实施方案。它需要对区内旅游资源的赋存状况及特征进行系统分析和定性定量的评价,对影响区域发展的区位条件、区内外旅游因子及相关因素做全面的研究,对区域旅游的结构和功能进行深入的剖析,最后提出区域旅游发展的方向、规模和目标。

旅游综合规划还包括区域旅游发展战略的研究和制定。它主要研究该区域未来旅游发展的总体构想和战略布局,具有控制全局,统一认识,决定旅游区专题规划的内容、规模、性质、措施和实施步骤等重大作用。

2. 旅游专题规划

旅游专题规划又称为部门规划,是在区域旅游综合规划的指导下,针对旅游开发过程中的各个部门而提出的专题计划,主要是基础设施建设计划,涉及旅游饭店、旅行社、旅游交通、旅游娱乐设施以及供电、供水、能源、通信等,基本上涵盖了旅游业的六大要素。这些基础设施建设必须根据区域旅游发展的地域分工,区域旅游的发展方向、发展规模,结合客源层次类型、游客的消费水平对各项基础设施建设进行科学定位,确定其建设数量、规模、档次和时间。

(三)按规划的深度要求分类

从旅游规划所使用的技术方法和规划深度来看,旅游规划可划分为旅游发展总体规划、控制性详细规划和修建性详细规划。这三类规划在技术要求和规划深度上逐步增强。

1. 旅游发展总体规划

旅游发展总体规划的期限一般为10~20年,主要目的是确定区域旅游发展目标和制定发展战略,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3~5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。

2. 控制性详细规划

控制性详细规划一般是针对规模较小的区域编制的规划,比如说旅游景区或景点,目的在于控制区域土地的使用,即将区域中的土地划分成许多地块,并规定每个地块的使用类型和方式。该规划年限较总体规划要短,约10年。在规划图件上,控制性详细规划较总体规划要求高,需要大量比例尺为1:2万左右的规划图纸,包括土地利用现状图和土地利用规划图。

3. 修建性详细规划

修建性详细规划是旅游规划中最为基础的规划类型,其目的是指导旅游工程建设。在内容上,修建性详细规划更为细致,涉及建筑的体量、材质、外观、给排水、供电、交通、环卫、绿化等。规划图件更是该类规划的重要组成部分,除上述内容外,还涉及建筑立面景观效果、景源

视线分析、环境效果分析等。修建性详细规划兼有旅游规划和建筑设计的特点,专业性更强。

三、旅游规划的意义与作用

旅游资源是旅游活动的客体和旅游业的基础,它同其他资源一样,必须经过开发才能为人所识、为人所用。旅游资源的价值直接受到开发是否合理、利用是否充分的影响,由此可见,旅游规划对旅游地的建设乃至整个旅游业的发展都具有十分重要的意义。

(一)旅游规划是提高旅游资源吸引力的必要手段

一方面,旅游资源的吸引力来源于其自身的“美、古、名、奇、特、用”,但这种吸引力往往带有隐藏性和原始性,必须通过一定的开发予以发掘,加以修饰,才能突出其个性特征。另一方面,旅游资源的吸引力在很大程度上受旅游者心理的影响。然而,随着旅游业的快速发展,旅游者的需求品位越来越高,旅游资源要保持持久的吸引力,就必须常变常新,因而旅游资源的规划显得很有必要。

(二)旅游规划是形成良好旅游目的地的有效途径

特色、优势的旅游资源加上良好的可进入性,可以保证旅游规模和开发深度适宜;对区域内各种旅游资源的组合适当,和谐地体现各种资源的美学价值;注重环境保护,以确保旅游业的可持续发展。总之,一个好的旅游目的地要使旅游资源优势得到充分的转化和利用,让游客游有所值,游有所得。切实可行的规划,不仅能让旅游资源身价百倍,而且能协调好旅游业内部以及旅游业与其他行业之间的关系,从而达到形成良好旅游目的地的目标。

(三)旅游规划是促进旅游业三大效益协调发展的重要保证

在旅游开发中,普遍存在未经认真考察和科学分析便匆匆实施开发的现象,这往往容易导致对旅游资源破坏性的开发。同时,由于缺乏旅游容量的限制而导致旅游资源的超负荷利用以及旅游管理工作中的一些失误,也会严重破坏旅游资源,降低环境质量。因此,要使旅游业的经济、社会和生态环境三大效益协调发展,认真做好旅游规划是必不可少的。

(四)旅游规划是推动旅游业可持续发展的有力措施

旅游规划,首先应明确旅游资源的开发方向和客源市场,并且对地区旅游业的发展阶段、规模等做出总体规划,从而指导旅游业的有序发展。所涉及的行业和部门,包括交通、通信、能源、信息、教育、科研、工农业生产、对外贸易、环境保护等,可以有力地推动整个地区旅游业的可持续发展。

第二节 旅游规划的原则、程序及内容

一、旅游规划的原则

旅游规划是对已科学评价过的各类旅游资源做出全面系统的安排。其目的是为了更加合

理有效地开发利用旅游资源,使潜在的旅游资源转化为可为旅游业利用的现实旅游设计和产品。开展旅游规划必须重点考虑两个方面的问题:一方面是旅游者的需求;另一方面是旅游资源本身的特点及其所处的环境条件。规划要确保旅游资源开发后能实现经济、社会、生态环境三个效益的统一。旅游规划应遵循以下原则:

(一)形象原则

通过开发,创造出鲜明的旅游形象,这是旅游规划的基本要求。旅游形象要有自己的特色、鲜明的主题和无穷的魅力,才能吸引众多的旅游者,增强旅游地的竞争力。在旅游规划中,切忌模仿、抄袭,否则就没有新意,不能引起游客的兴趣。

(二)市场原则

市场条件是进行旅游规划所要考虑的主要问题之一。有源源不断的游客前来观赏,旅游景点才能长盛不衰。而旅游市场客源受许多因素制约,如游客的动机和需求,风景的吸引力,旅游资源的种类、性质、数量、地理位置,自然环境,交通条件,经营水平等。这就要求我们在对旅游资源进行综合开发时必须灵活地适应旅游市场和旅游地的发展需要。

(三)美学原则

旅游资源之所以具有吸引旅游者的功能,其原因就在于它自身具有美的魅力。因而旅游规划应尽量体现旅游资源的美学特征。在开发中,任何人工建筑物的体量、造型、风格、色彩等都应与相应的自然环境和旅游气氛融为一体,体现自然美与人工美的和谐统一,体现旅游资源的时空结构特色,合理发挥旅游资源的神韵美。

(四)效益原则

旅游资源开发的目的是充分挖掘旅游者的潜在价值,追求经济、社会和生态环境三方面最大的综合效益。在规划中要选准突破口,尽快收回投资,获取利润。在取得经济效益的同时,还要注重社会效益,更应注重生态环境的保护和建设,从而使旅游区能够真正实现可持续发展。

(五)保护原则

凡具有价值的旅游资源都必须妥善加以保护。某些自然景观如山岩、溶洞、古木,往往位于高山深谷、人烟稀少的脆弱生态带,一旦遭到破坏便不能再生,即使付出巨大代价予以恢复,如仿造,其意义也大不相同。从这种意义上来说,旅游资源是不可替代的。因此,在进行旅游规划时应坚持“保护第一”的原则,并划出相应的保护区域、类别和等级,切实采取有效措施使旅游资源的保护工作落到实处。

二、旅游规划的程序

(一)调查分析

1. 工作准备

首先是明确任务,以有计划、可控制的方式发展旅游,确定旅游规划的任务、范围。其次是

组织准备,挑选或组建合理的规划小组(以旅游规划专家为核心的,专业化的多学科队伍),成立旅游规划领导小组(包括与旅游有关的各职能部门)。最后制订工作计划,按规划人员结构、财力、设备、信息资料和时间条件,有效地组织安排规划编制工作计划,包括最终成果的内容、完成期限、阶段目标、操作方法与技术可行性安排。

2. 资料准备工作

规划资料包括基础资料和专业资料两大部分。基础资料通常由旅游规划的委托方提供,要求委托方必须精确地提供有关旅游系统关键因素的信息,包括地质地貌勘察资料、测绘资料、气象资料、水文资料、历史资料、社会文化资料、社会经济统计资料、交通运输资料、基础设施资料、服务设施资料、宣传媒体资料、土地利用状况与权属关系、生态环境资料、灾害与治安资料、风景旅游资料、政策法规资料,以及各类有关规划和图件、各部门所积累的有关资料和研究报告等。专业资料包括外部环境的相关资料,如国内外局势、发展动态、研究成果、旅游供求状况、相关案例等。

3. 调查工作

对当地及相关地区,与旅游相关的众多因素进行调查。通过专项调查和抽样调查,把握现有旅游者构成情况和潜在客源市场。目前,许多国家有专门的调查机构和定期进行的旅游调查,如机场乘客情况调查。这些调查资料,直接为公众所共享。其他调查方式,如座谈会、电话采访、调查表发放等,也可以使用。调查内容包括:现有旅游基础设施;现有旅游服务设施及服务;当地进出通道及交通运输状况;土地利用的总体情况;经济和社会发展模式;旅游开发项目的情况;自然及文化环境特征;可参与的文化风俗和节庆活动;当前政府的发展政策、计划;地方的投资和融资能力;旅游者满意程度;现有管理体制、科技、培训、劳动力,等等。

4. 现状评价

现状评价主要包括市场评价、资源评价、开发状况评价、保护状况评价、产业结构评价、管理机制评价、已有规划与政策的实施状况评价。

5. 发展预测

考虑旅游者到达该地区所需的时间和消费能力,并与竞争地的情况相比较,确定能被吸引的旅游者种类及数量,做出现实旅游需求(市场现状)分析与预测。这是对经济规模预测,服务设施和基础设施建设,劳动力需求预测,经济、环境和社会影响评估的前提。旅游者消费兴趣和消费习惯的变化非常重要,必须充分借助有关调查和研究,及时捕捉市场的需求变化。

6. 分析综合

该阶段的任务是,在市场调查、现状评价和发展预测的基础上,进行旅游客源市场综合分析、形势分析、发展机会与风险分析,对旅游与当地社会经济发展规划、城市规划和其他相关规划的关系进行研究,并研究旅游发展政策、管理机制。在客观、全方位把握现状的基础上,通过优势、劣势、机会、风险分析,确认目前所具备的优势与可能、劣势与阻力。分析综合阶段,是旅游规划的核心阶段,一般说来,这时要在旅游项目、信息与营销、旅游支持体系、旅游保障体系等方面,提出具体明确的目标。

(二) 确定目标

包括五个“定”：一是定性质。旅游系统的性质，指规划范围内的旅游事业在国民经济和社会发展中所处的地位和作用，以及该系统在区域旅游网络中的分工和职能。规划定性，通过现状定位、理想定位，反映旅游系统发展的大方向。二是定指导思想。指导思想，是指导规划工作的方针，一般是对宏观政策背景、社会价值观背景、科技发展背景、经济发展形势与客观条件分析综合的客观反映和理性认识。三是定目标，即确定旅游系统发展的预期方位。该目标无论由谁、由何种方法确定，均需在本规划范围内根据实际情况进行市场可能性、资源承受性、社会接收性的检验。旅游发展目标必须综合平衡经济、环境及社会等因素；旅游发展目标的确立，应该在当地居民以及政府机构的密切合作下进行。四是定指标。发展指标，反映了发展的具体坐标。它将定性、概略和抽象的规划目标，具体化为一组量化的技术数据。发展指标在初步确定后，通常在规划制定过程中依据所反馈的信息加以斟酌变动。五是定战略，即根据现状定位和理想定位所提出的发展任务、总体目标和具体指标，在全面综合分析优势与可能、劣势与阻力的基础上，研究、选择和制定发展方针、战略举措和发展模式。

(三) 规划部署

一是寻求法规、政策依据。国家或地方旅游法规、政策，包括专项旅游法规、政策和相关旅游法规、政策，都是旅游规划的主要依据。专项旅游法规、政策，是一个国家或地区发展旅游业的专门政策，常与发展旅游业要实现的总体目标有关。二是明确结构布局。结构布局的任务是，依据规划目标、战略和法规政策，对旅游系统进行结构性调控，推动旅游系统的结构向特定的方向变换，以满足旅游系统合理发展的要求。以规划目标为中枢，通过结构布局，解决条条和块块的矛盾、保护与开发的矛盾、规模与承受力的矛盾、重点与一般的矛盾、近期与远期的矛盾，初步建构各部分的协同关系。三是各项规划部署，包括旅游区区划、旅游产品体系规划、支持体系规划、保障体系规划和旅游管理机制调整等。各项规划部署必须将总体的、远期的规划目标逐层分解，落实到各部分和专项规划之中；不断进行回馈校核，分析执行过程中可能造成的影响、冲突，直至与现行法规、政策和周边地区、相关部门的近期规划相协调。

(四) 规划优化与评审

1. 规划优化工作

规划方案初稿完成后，要在征询各方意见的基础上，进行各系统之间的综合平衡协调与规划优化工作。在此优化过程中，可以酌情选用或综合使用下述方法：方案列表比选法、目标—成果法、投入产出法、综合平衡法。没有哪一种方法十全十美，比如，最为有效的方法往往导致可行性低，或操作复杂，结果难懂。为简化规划工作又不致将问题简单化，可将工作过程划分为两个阶段：首先对所有问题做概略地分析，将确实最重要的与不很重要的区分开来，然后再对那些最重要的问题进行精确的、详细的分析研究。整个优化过程，需要灵活运用各种方法，通过多次反馈调整，确定最合理的方案。

2. 规划成果制作

由规划编制人员制作正式的旅游规划成果。规划成果，分为规划文件和规划图纸两大部

分。规划文件包括规划文本、规划说明书和基础资料汇编三个部分。规划文本,是对旅游规划的目标、战略、规划内容所提出的规定性文件;规划说明书,是对规划文本的具体解释;基础资料汇编,是指收录在规划编制过程中汇集整理的基础资料、技术数据、调查统计资料、计算过程、专题研究报告等等。规划图纸的比例、内容分项、绘制手段、绘制精度,可视规划阶段、规划类型及实际需要而定。但是,勘察测量图件必须符合勘察测绘主管部门的有关规定和质量要求。

3. 规划评审与审批

旅游规划,涉及各部门、各社区和各个利益团体。它们又必须自我约束,共同遵守旅游规划,故需取得人们的广泛理解和支持,并报政府、人大审批。因此,旅游规划方案形成后,要广泛征求专家和各部门意见,鼓励公众积极参与,接受社会评判和修改,报政府有关部门审查,或者经政府修改定稿后,报人大审批、公布旅游规划文件。

(五)实施监管与规划修编

旅游规划审批以后,规划工作远远没有结束。要使合理的旅游发展理想成为现实,必须进一步通过行政、经济、法律、技术等手段,来实施旅游监管和规划修编。它应被看作是旅游规划整体过程中的一个最有价值的组成部分。

三、旅游规划的内容

(一)当地的自然社会状况

自然状况包括当地的自然条件、环境质量、自然灾害、气候、植被等;社会状况包括历史变革、民族成分、社会经济、民风民俗等。在规划中应对最主要的特征部分进行详细的阐述,甚至在某些方面提供非常具体的材料。例如在社会状况中,最基本的要素是历史情况、民族情况、经济发展状况,还必须有各个民族具体的人口数目、人均消费水平等资料,特别是民风民俗比较独特的地区,应对生活习俗、历史变革等加以必要的介绍。

(二)同行业的状况

旅游开发规划应考虑本地区正在兴建或已经建成的项目经营状况,包括资源、产品和设施状况,分析它们的优势和劣势,为本项目的规划提供依据。

(三)规划范围

规划范围包括被规划区的占地面积和边界等。规划范围的大小多由委托方提出,必要时受托方可以与委托方协商,提出合理的规划范围。

(四)规划依据和目标

规划依据包括中央及地方制定的各种有关的法律、政策、决定和上位规划,特别是与该规划有关的政策与规划。规划者应充分考虑各方发展主体的有关要求,确定合理规划依据和目标。

(五) 旅游资源状况和评价

分析评估旅游资源的种类、数量和分布等,从而确定当地旅游资源的优势以及开发方向、开发时序,这也是旅游开发规划的基础。若当地旅游资源的开发有一定的基础设施,通常是从旅游资源开发的角度进行评价;若没有一定的基础设施,通常是从旅游资源自身特色的角度进行评价,否则评价的结果将出现差错。

(六) 空间结构及功能分区

这属于旅游规划战略层面的内容,它确定了旅游发展的空间结构框架,从而使区域旅游各个部分的发展相互协调、相互补充,组成一个有机的系统。功能分区是对总体布局的深化,它把规划区域按照功能进行单元划分。当今旅游规划,大到一个国家和省级的规划,小到一个风景区、主题公园的规划,都是按照功能对空间进行划分的。

(七) 客源市场分析及营销规划

主要指根据旅游资源的特点、旅游产品创意和对旅游业竞争态势的分析,确定该旅游项目的主要客源市场,包括客源市场范围、客源地、客源规模及结构和消费水平。客源地、客源市场的分析将直接涉及旅游接待设施和旅游服务项目规划,同时对旅游项目创意产生影响,所以有时必须根据客源市场分析的结果对各个方面做出必要的调整。

在客源市场分析的基础上,应对旅游地营销规划做出安排,包括细分市场、选择目标市场、确定市场定位及营销组合的方式等,形象战略也包括在旅游市场营销规划的内容中。有时,因它的特殊地位,需要做专门的旅游形象规划。

(八) 旅游产品创意

根据本地旅游资源状况、客源市场预测、旅游业竞争态势、规划原则和规划目标,明确旅游规划方向,突出地区旅游特色,避免重复建设。然后对能够充分发挥资源优势的旅游项目进行重点创意规划,使得旅游项目集观赏性、参与性、娱乐性于一体,提高其文化品位。旅游项目的创意是旅游规划的灵魂,它最能体现规划者的水平,但也是最费心血的。好的创意直接影响旅游项目的生存与发展,对产品的发展态势有决定性的影响。

(九) 服务设施规划

服务设施规划从某种意义上说就是旅游产业规划,包括住宿设施规划、餐饮设施规划、康乐设施规划、旅游商品规划以及解说系统规划等。服务设施种类应追求丰富多样,具有地方民族特色;服务方式要唯我独有,给游客留下深刻的印象。

(十) 基础设施规划

旅游地的基础设施,如食、住、行和商品供应、供电、邮电通信、医疗卫生等,要同旅游业的发展相配套。另外,旅游地的建筑在式样上也应独具特色,布局合理,防止旅游区建设出现同质化的倾向。