

旅游开发与规划

世纪旅游管理专业系列教材

21

■ 主 编 曹诗图

■ 副主编 王衍用 阚如良



Tourism Development and Planning



武汉大学出版社

旅游开发与规划



旅游开发与规划

21 世纪旅游管理专业系列教材

主 编 曹诗图

副主编 王衍用 阚如良

Tourism Development and Planning



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

旅游开发与规划/曹诗图主编;王衍用,阚如良副主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2007. 9

21 世纪旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-307-05802-6

I. 旅… II. ①曹… ②王… ③阚… III. ①旅游资源—资源开发—高等学校—教材 ②旅游经济—经济规划—高等学校—教材 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 142572 号

责任编辑:乐 思 柴 艺 责任校对:黄添生 版式设计:杜 枚

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: wdp4@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北恒泰印务有限公司

开本: 720×1000 1/16 印张: 21 字数: 395 千字 插页: 1

版次: 2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-05802-6/F·1075 定价: 28.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。



世纪旅游管理专业系列教材

书目

旅游资源学

旅游法规

导游业务

饭店概论

饭店管理实务

客源地概况

世界遗产概论

实用礼仪教程

旅游文化与审美



旅游开发与规划

旅游营销策划理论与实务

新编旅游英语

新编导游英语

新编饭店英语

导游英语阅读

旅游心理学

21 世纪旅游管理专业系列教材

编写委员会
(按姓氏笔画排列)

主 任	张 薇			
副主任	张立明			
委 员	邓 辉	陈 筱	张金霞	
	胡 静	崔 进	曹诗图	
	鄢志武	熊元斌	熊剑平	

总 序



随着世界的和平、稳定及经济的发展与人民生活水平的提高,旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容,是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。自改革开放以来,中国旅游经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段。20 世纪 90 年代以来,中国旅游业的快速增长,使旅游经济产业化进程加快,旅游对整个社会的促进作用和关联作用日益突出,旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21 世纪之初,中国旅游业的综合实力已位居世界第五,据世界旅游组织预测,到 2020 年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游实践的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇,对旅游学科理论建设提出了更加迫切的要求,同时也给旅游研究工作与教育工作创造了良好的外部环境。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步,二十多年来我国旅游高等教育和中等职业教育均获得了飞速发展,全国开办有旅游系(专业)的高等院校达 574 所(2004 年)。伴随着高等旅游教育的迅速发展,旅游专业的教材建设也从无到有,从粗到精。为了进一步完善旅游管理专业教材体系,吸取国内外最新研究成果,充实教材内容,满足日益增长的旅游管理专业高等教育的发展需要,武汉大学出版社精心组织国内部分高等院校旅游管理专业的专家学者,编写了一套 21 世纪旅游管理专业系列教材。全套教材选题广泛,并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业教学指导计划。教材编写注重理论阐述与实际案例分析相结合,既考虑到国内外旅游业发展的现实需要,又注重理论研究的超前性和未来旅游业发展的宏观态势;既系统总结了旅游学科发展的研究现状和取得的研究成果,又指出了不同研究内容的未来发展方向;既注重使读者易于掌握研究的理论和方法,又兼顾技能的培养,体现系统、创新、前瞻、实用的特色。该套丛书出版发行以来,取得了较好的社会效益和经济效益,根据旅游管

理专业学科的发展,修订下列教材:《旅游资源学》、《旅游营销策划理论与实务》、《旅游开发与规划》、《饭店概论》、《饭店管理实务》、《旅游法规》、《旅游文化与审美》、《实用礼仪教程》、《导游业务》、《客源地概况》、《世界遗产概论》和《新编旅游英语》、《新编导游英语》、《新编饭店英语》共14本教材。另外,此套教材都会有相应电子课件,可在相应的网站下载;外语类教材均配有 mp3 光盘,方便老师 and 学生的使用。

本套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书,又可作为高等职业教育、自学考试、职业培训或相关专业的参考用书。欢迎本专业师生和旅游行业人士选用。

21 世纪旅游管理专业系列教材
编写委员会

总

序

前 言



旅游业是当今世界上发展最为迅速的产业，早在 1992 年旅游业就已经跃升为全球第一大产业。专家们预测，在 21 世纪旅游业仍将是全世界的最大产业和全球服务业中增长最快的行业，旅游业将是未来推动全球经济发展的主要动力。

在旅游业发展过程中，旅游规划与开发是一项十分重要的工作，旅游规划不仅是实现旅游业可持续发展的有效途径，也是旅游学理论研究和社会实践结合最为紧密的学科之一。可以说，旅游开发与规划是旅游业发展的第一要义和第一生产力，丰富的旅游资源只有经过规划才能开发成为有吸引力的旅游产品。然而，旅游规划却是我国旅游行业普遍存在的“软肋”。不少地方存在一流的旅游资源、二流的旅游开发、三流的旅游产品的可悲状况。究其原因，主要是忽视了旅游规划或规划失当。许多实例证明，无规划和“摸着石头过河”的旅游开发会造成很坏的影响，对经济、环境、社会文化等方面造成不可挽回的损失。一些无规划的旅游地现在不得不采取补救措施做规划，改变开发思路和发展模式。许多旅游景区和旅游企业经营失败都与旅游规划的缺失有关。目前我国旅游企业中非常缺乏合格的旅游开发与规划人才。

旅游开发与规划不仅是一门科学，更是一门艺术，它需要创造性的劳动，需要“点石成金”的本领和“架桥渡津”的能力。理所当然，合格的旅游规划者需要经过良好的学习和培养。旅游开发与规划的基本理论和技术方法是旅游专业学生知识体系的重要组成部分。旅游高等教育有责任有义务培养合格的旅游策划人才。为适应我国旅游业发展的新形势和旅游企业人才的需求、旅游高等教育培养人才的需要，我们编写了这本《新编旅游开发与规划》教材。

本教材主要是针对旅游专业本科生编写的，供开设《旅游开发与规划》

专业课程使用,也可以作为旅游专业研究生教学参考用书。教材编写中吸取了现有同类教材的长处,内容涉及旅游开发与规划的主要理论、技术和方法,并力求反映当前旅游开发与规划的最新理论、方法和实践。追求体系完整、简明扼要、深入浅出、通俗生动、务实求真。教材中融入了大量的旅游开发与规划案例,书中不少内容是编写者长期从事旅游开发与规划的理论结晶和经验总结,并参考了不少同行专家的理论总结和一些经典案例,做到了理论与实践有机结合。由于我们的学识有限,教材的内容和质量可能存在问题,欢迎广大师生提出批评意见。

本教材的编写过程中,我们参考了孙文昌先生主编的《现代旅游开发学》(青岛出版社出版)等相关教材、著作与论文,在此对我们参考过的文献的所有作者表示谢意。

本教材的编写,得到武汉科技大学管理学院和三峡大学经济与管理学院领导的支持;在本教材的出版过程中,武汉大学出版社的柴艺编辑付出了辛勤的劳动,在此一并表示谢意。

本教材共分为十四章,编写的具体分工如下:曹诗图负责拟定全书的写作大纲和统稿工作,并完成了第一章、第三章(部分内容)、第四章、第五章(部分内容)、第六章(部分内容)、第九章和第十一章(部分内容)的编写;王衍用完成了第八章、第十章(部分内容)、第十一章(部分内容)、第十二章(部分内容)的编写,并协助统稿;阚如良完成了第二章(部分内容)、第三章(部分内容)、第七章的编写;冯耕耘、王淑芳、荀志欣参与了第二章的编写;黄华参与了第三章的编写;沈中印参与了第五章的编写;闫秦勤参与了第六章的编写;宋子千、郑宇飞、鲁莉参与了第十章的编写;向士平、郑春霞、胡书玲参与了第十一章的编写;殷成、邓念梅参与了第十二章的编写;葛英杰、殷成合作完成了第十三章的编写。研究生闫秦勤、鲁莉、荀志欣、邓苏参与了本教材的校对工作。

作者

2007年4月

前

言

目 录

第一章 旅游开发与规划的基本知识与理论基础	1
第一节 旅游开发与旅游规划的基本概念及内涵	1
第二节 旅游规划的研究对象、研究内容与学习意义	8
第三节 旅游规划和其他学科其他规划的关系	10
第四节 旅游规划的编制主体	12
第五节 旅游开发与规划的理论基础	15
第六节 旅游规划的基本理念、基本模式、程序与技术路线	25
第七节 旅游规划的发展趋势、评价标准与问题反思	30
第二章 旅游资源调查与评价	34
第一节 旅游资源调查	34
第二节 旅游资源的单项评价	35
第三节 旅游资源的整体评价	45
第四节 旅游资源和旅游地的体验性评价	51
第五节 旅游资源的技术性评价	53
第六节 旅游资源的研究方向和评价应注意的问题	56
第三章 旅游市场与营销开发	59
第一节 旅游市场营销的要义与基本理念	59
第二节 旅游市场需求和环境分析	61
第三节 旅游产品供给与市场需求对应分析	67
第四节 旅游需求趋势分析	68
第五节 旅游市场的预测	69
第六节 旅游目的地促销原则与策略	73

	第七节 旅游目的地的促销方式	74
	第八节 旅游市场分析应注意的倾向和问题	76
	第四章 旅游文化与旅游开发	77
	第一节 旅游文化与旅游文化开发概述	77
	第二节 文化在旅游开发中的应用领域	78
	第三节 不同类型旅游地的文化开发	80
	第四节 区域旅游文化开发与建设	82
	第五节 当今旅游开发中忽视文化存在的误区及对策	84
	第五章 旅游产品开发	90
	第一节 旅游产品概述	90
	第二节 旅游产品开发与组合原则	92
	第三节 旅游产品开发	94
	第四节 旅游产品的开发设计案例	99
	第六章 旅游开发与规划中的形象策划	104
	第一节 旅游形象策划的理论基础	104
	第二节 旅游形象的行销传播	107
	第三节 旅游形象策划与形象战略实务工作	109
	第七章 旅游发展(战略、总体)规划	124
	第一节 旅游发展(战略、总体)规划的概念与框架	124
	第二节 旅游发展(战略、总体)规划编制的要求与成果	125
	第三节 旅游发展(战略、总体)规划的技术路线与编制程序	126
	第四节 区域旅游发展战略的理论基础与区域旅游开发类型	128
	第五节 旅游发展战略的制定	130
	第六节 旅游发展(战略、总体)规划的具体内容与 重点解决的问题	133
目	第八章 旅游区(地)规划的层次与基本类型	138
	第一节 旅游区(地)总体规划	138
录	第二节 旅游区(地)控制性详细规划	145
	第三节 旅游区(地)修建性详细规划	146

第九章 不同类型旅游区(地)开发规划	148
第一节 风景名胜旅游区开发规划	148
第二节 森林公园旅游区开发规划	154
第三节 观光农业区旅游开发规划	157
第四节 旅游度假区开发规划	160
第五节 城市旅游发展规划	162
第十章 旅游景区项目策划	167
第一节 旅游景区项目策划的基本概念	167
第二节 旅游景区项目策划的原则与内容	169
第三节 旅游景区项目定位	172
第四节 旅游景区项目布局和区划	187
第五节 旅游景区项目设计要领	193
第六节 旅游活动项目设计实务	206
第十一章 旅游景区(点)开发与景观设计	223
第一节 旅游景区(点)类型	223
第二节 旅游景区(点)开发与景观设计的原则、任务与重点	226
第三节 旅游景区(点)的设计主要方法	229
第四节 不同旅游景区(点)开发与景观设计要点	233
第五节 旅游景区(点)开发及景观设计手法与技巧	248
第六节 旅游景区(点)建筑选址和建筑规划要求	251
第七节 旅游景区(点)设计中的花木配置	260
第八节 旅游景区(点)游览线的设计	265
第十二章 旅游保障体系规划	271
第一节 政府保障体系规划	271
第二节 政策与法规保障体系规划	276
第三节 旅游管理保障体系规划	278
第四节 旅游发展的资金保障体系规划	286
第五节 旅游信息保障体系规划	288
第六节 旅游人力资源保障系统规划	291
第七节 生态环境保障体系规划	293

第十三章	旅游规划图的编制·····	302
第一节	旅游规划图概述·····	302
第二节	旅游规划图的编制程序与制作方法·····	308
第三节	旅游规划制图常用的计算机绘图软件简介·····	311
参考文献	·····	321

第一章

旅游开发与规划的基本知识与理论基础

第一节 旅游开发与旅游规划的基本概念及内涵

一、旅游开发

(一) 旅游开发的概念

“开发”在《汉语词典》中的解释是“通过垦殖、开发等劳动来利用资源”。“开发”一词在文献中最早见于《汉书·孙宝传》，是指“垦殖土地”的意思。在现代，我们可以把“开发”理解为将资源转变为产业（品）的社会劳动过程。

所谓“旅游开发”可以解释为“根据当地条件运用适当的资金、技术、文化手段，通过科学地调查、评价、规划、建设、经营管理等，使未被利用的资源得以利用，已被利用的资源在深度和广度上得到加强，并对资源、市场、产品、人力资源、经营管理等进行综合研究，确定旅游发展方向，搞好相应的设施配套，创造更佳的效益”。简言之，即将旅游资源转变成为旅游产品并形成旅游产业的社会劳动过程。

(二) 旅游开发的内涵

上述的定义将旅游开发与区域旅游开发视为同义词，在理解这一概念时，应着重把握以下几点：

(1) 旅游开发的核心（或对象、基础）是资源。因为，旅游资源只有经过开发才能转化成为对旅游者产生吸引力的旅游产品，旅游资源可以说是旅游开发最重要的物质前提与自然基础。

(2) 旅游开发的出发点是市场或旅游消费者。旅游市场是旅游开发的先决条件,忽视目标市场的旅游开发是盲目的开发。

(3) 旅游开发是综合工程。旅游开发既是一个技术过程,也是一个经济过程,还是一个文化过程(文化可以说是旅游开发的灵魂),并应兼顾相关产业,它是一项综合性的开发。

(4) 旅游开发必须因地制宜。旅游开发应根据当地的情况,从地方实际出发。旅游开发有定规,无定法。

(5) 旅游开发应注重创新。旅游开发必须突出特色和创新,它是“点子工程”。

(三) 旅游开发的特点

旅游开发与其他产业开发相比,具有以下几个特点:

1. 多元性(综合性)

旅游是由多种要素组成的复杂的物质体系,在旅游开发时,要对旅行、游览、住宿、餐饮、娱乐、购物等消费要素进行综合考虑、统筹规划。

2. 层次性

旅游开发空间是由大小不同的区域和景点组成,因而规划设计内容与标准上有不同层次的要求。如省域、县域、景区、景点不同层次的开发规划就有很大区别。

3. 关联性

旅游业是个关联度很高的产业,旅游规划编制成功与否,关键在于能否对旅游活动的社会关联性,对旅游生产的经济关联性,以及对于旅游目的地的差异性等有着实实在在的把握。在旅游开发中,旅游景区应注意行、住、食、游、购、娱六要素的整合,旅游区域应注意旅游业与相关产业(如交通运输业、商业、农业、文化产业等)的整合。

4. 动态性

旅游开发是一个动态的过程,它在时间段上有着不同的要求和规定,近期开发要搞好可行性论证,中期开发要搞好可靠性规划,远期开发要有科学性预测,并注意循序渐进、滚动发展。此外,旅游规划应根据形势的发展变化定期进行修编和不断调整、补充、完善。

二、旅游规划

(一) 旅游规划的概念

旅游规划是旅游业发展的纲领与蓝图,是促进旅游业可持续发展的重要条件,发展旅游,规划应先行。

不少实例证明,无规划的和“摸着石头过河”的旅游开发会造成很坏的影响,对经济、环境、社会文化等方面造成不可挽回的损失。一些无规划的旅游地现在不得不采取补救措施做规划,改变开发思路和发展模式。发展旅游,在规划上不能舍不得投入,有的旅游开发商在规划上吝啬地“节约”几万元,而造成的经济损失可能是几十万甚至数百万元。因此,在旅游界有“富规划”(规划要舍得投入资金)、“穷开发”(开发建设要注意节约资金)的说法。

“规划”一词具有“谋划”、“筹划”、“全面长远的发展计划”的含义。从广义上讲,规划是为了实现某些目标而对未来的一种谋划与安排。规划有很强的预测色彩,因为它力图描述未来。

旅游规划是以旅游市场为导向,以旅游项目设计为重点,按照社会经济发展的要求,根据当地的旅游业发展条件(如资源、区位、交通、市场、经济基础等),对旅游业(或旅游消费的行、游、住、吃、购、娱六大要素发展及相关产业)进行科学安排与部署(或布局)。简言之,即对旅游业未来发展的设想与策划。

规划的基本程序是:规划准备—确定规划的目的和目标—实地调查—分析研究—制定规划—评审—实施—监控。

由于旅游规划是一项非常专业的工作,所以一般由拥有国家旅游规划设计资质的专业科研机构完成。

旅游规划与开发是两个紧密联系的概念,二者的关系不可分割。

(二) 国外旅游规划研究的发展

国外旅游规划研究的发展,大致可以分为如下四个阶段:

1. 初始阶段

旅游规划最早起源于20世纪30年代的英、法等国。最初的旅游规划只是为一些旅游项目或设施(如饭店、游乐场等)做一些起码的市场评估和场地设计等。

2. 过渡阶段

20世纪70年代后期,旅游业的迅速发展使旅游规划研究得到进一步加强,其中一个显著特点是开始出现比较系统的旅游规划著作。1979年,WTO(世界旅游组织)在全球范围内进行了规划调查,总结了旅游规划中的经验和问题。

3. 快速发展阶段

20世纪80年代旅游规划进入大发展时期,学者们发表了大量著作,提出了一些指导旅游规划的理论(如旅游地生命周期理论等)。这个时期,学