

高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材



# 旅游

# 规划与开发

LUYOU GUIHUA YU KAIFA

主编 龚绍方



# 旅游

 郑州大学出版社



中国标准书号(CIP)数据

郑州大学出版社出版 主编 龚绍方 郑州大学出版社

2007.1

(普通高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材)

ISBN 7-81106-588-7

# 高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材

郑州大学出版社 主编 龚绍方 郑州大学出版社

W. P390

中国标准书号(CIP)数据核字(2006)第113752号

# 旅游规划与开发

主编 龚绍方

郑州大学出版社出版

郑州市大学路40号

出版人: 郭世平

全国新华书店经销

河南永成印刷有限公司印刷

开本: 710 mm × 1 010 mm

印张: 19

字数: 404千字

版次: 2007年1月第1版

ISBN 7-81106-588-7

定价: 40.00元

1110

印数: 1-3 100

郑州大学出版社 2007年1月第1版

书号: ISBN 7-81106-588-7 定价: 40.00元

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据



旅游规划与开发/龚绍方主编. — 郑州: 郑州大学出版社,  
2007. 1

(高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材)

ISBN 7 - 81106 - 288 - 7

I. 旅… II. 龚… III. ①旅游业 - 经济规划 - 高等学校 - 教材②旅游资源 - 资源开发 - 高等学校 - 教材

IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 113725 号

旅游规划与开发

龚绍方 主编

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人: 邓世平

全国新华书店经销

河南东方制图印刷有限公司印制

开本: 710 mm × 1 010 mm

印张: 19

字数: 404 千字

版次: 2007 年 1 月第 1 版

邮政编码: 450052

发行电话: 0371 - 66966070

1/16

印数: 1 ~ 3 100

印次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7 - 81106 - 288 - 7/F · 96 定价: 28.50 元

本书如有印装质量问题, 请向本社调换



## 编委会名单

主 任

杨盛道 河南省旅游局局长  
贾修国 河南省教育厅高教处处长

编 主

副主任单位

郑州大学旅游管理学院  
河南大学历史文化学院旅游系  
河南财经学院旅游系  
中州大学旅游与经贸学院  
洛阳师范学院历史文化学院旅游系  
安阳师范学院地理学系  
信阳师范学院经济管理学院  
河南商业高等专科学校旅游管理系

编 主 编

委 员

委员单位

中央民族大学历史系  
华东师范大学历史系  
山东科技大学文法学院  
桂林旅游学院  
郑州航空工业管理学院工商管理系  
河南工业大学管理学院  
河南农业大学林学院园艺学院  
河南师范大学外国语学院旅游系  
南阳师范学院旅游与环境科学系  
郑州大学升达经贸管理学院企业管理系  
郑州大学西亚斯国际学院工商管理系  
郑州大学体育学院体育系  
许昌学院历史文化与旅游学院  
洛阳工业高等专科学校经济管理系  
平顶山工学院管理系  
河南机电高等专科学校管理系  
中原工学院  
河南科技大学经济与管理学院





## 内容提要

本书是高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材之一。全书共分12章,紧密结合旅游规划与开发的实际,分别对其基本概念和理论、旅游资源、旅游市场、旅游发展战略、旅游地空间体系、旅游产品开发、旅游地形象设计、旅游地营销、旅游投资效益评估、旅游保障系统等问题进行了深入系统的研究,全面体现了实用学科的特色。每章除基本知识外,还增加了“实务解析”和“案例分析”以及思考题等,内容丰富,体例新颖,实用性强。

本书除了作为高等教育旅游管理专业教科书外,还可以作为旅游职业教育、旅游行业培训和自学考试教材,以及旅游地和旅游企业高级管理人员的参考用书。



## 编写说明

“高等教育旅游管理专业统编教材”自2002年出版以来,得到了旅游管理专业广大师生的热情支持,使用该系列教材的高校旅游专业院系已遍布全国各地。这一方面说明了全国高校旅游管理专业的广大师生对编者工作的一种认可,同时,也反映了各地高校旅游管理专业的广大师生对高质量教材的一种期盼。我们在心存感激的同时,也深深地感到了自己的责任。

随着我国旅游业的迅速发展,旅游高等教育又面临着一些新的情况和变化,为了满足旅游教育事业发展的需要,在郑州大学出版社的大力支持下,“高等教育旅游管理专业‘十一五’规划教材”编写委员会组织全国近30所高校的旅游院系及部分实业界人士,对原出版教材进行了审订和重新编写。本次教材修订工作主要体现在以下几个方面:

首先,为了保证教材的高质量和高水平,严格遴选主编、副主编及参编人员。在确定每部教材的主编、副主编及参编人员时,采取先由参编院校推荐,编委会根据推荐人员的教学经验、科研水平及其在本学科的学术地位来初步选定两名以上主编人选,最后由编委会对申报主编者进行考核、答辩,确定主编人选,并在此基础上确定其他参编人员,从而保证参编人员,尤其是主编具有真正的实力和学术水平。

其次,根据国家教育部高教司最新颁布的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍》对系列教材种类重新进行研究确定。近年来,旅游业不断发展,高等教育旅游专业学科发展更加完善,师资队伍更加整齐,课程体系也需不断调整和充实。因此,我们对原有的教材进行了研究论证,个别学科的教材由于教学计划的调整,

就不再进行修订,另外增加了《旅游景区经营与管理》、《餐饮管理》、《中国旅游地理》、《中国旅游史》、《旅游美学》、《公共关系与商务礼仪》等新编教材,完善了教材体系,使之更加完整、科学。

再次,为了使教材更能适合当前高校旅游管理专业教学需要,体现出精练、简明的风格,并减轻学生的经济负担,在保证教材质量不断提高的前提下,对每一部教材的总体字数进行了控制,体现出质量第一、锻造精品的要求。

其四,保持原有教材的特色和风格,严格遵守编写程序和要求,对于每一部教材的编写大纲,在参编人员集体讨论研究的基础上,向编委会汇报,由编委会及有关专家进一步审议把关,不断修改完善,以求尽量完美。

其五,克服目前高校旅游教材内容陈旧、体系结构不合理、理论脱离实际等弊病,吸收了旅游教学研究最新成果,从旅游行业自身性质出发,充分利用各种数据、表格、图形及典型案例分析方法,增强其实用性、可读性和新颖性。

本次修订和新编系列教材包括《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游法教程》、《旅游市场营销学》、《旅游规划与开发》、《旅行社经营管理》、《导游业务》、《旅游心理学》、《旅游会计学》、《饭店管理》、《中国旅游文化》、《旅游企业财务管理》、《中外民俗》、《旅游服务礼仪》、《旅游美学》、《旅游景区经营与管理》、《中国旅游史》、《中国旅游地理》、《餐饮管理》、《公共关系与商务礼仪》、《旅游饭店前厅客房服务与管理》。涵盖旅游管理学科7门核心课程及学科全部主干课程,内容全面,覆盖面广,更加适合高校旅游管理专业各专业方向的教学需要,同时也适合作为相关管理专业的选修课教材使用。

本系列教材的修订及新编工作得到了河南省旅游局规划处和河南省教育厅高教处有关领导的支持和指导,同时也得到省外兄弟院校,如中央民族大学、华东师范大学、山东科技大学、桂林旅游学院等的积极响应,在此表示深深的谢意。

郑州大学出版社的领导及郑州大学出版社社科图书策划部为本系列教材的修订和新编工作倾注了大量的心血,在此表示不尽的谢意。

对于本系列教材编写中所出现的不尽如人意之处,敬请各位专家和读者继续给予批评指正。

高等教育旅游管理专业“十一五”规划教材编写委员会  
2006年2月10日





## 前言

从全球范围看,现代旅游业已成为世界上最大的产业。更为重要的是,随着人类社会文明的不断进步,旅游活动已成为人们不可缺少的生活方式之一,旅游业作为朝阳产业已展现出无限广阔的发展前景。

改革开放以来,我国旅游业一直处在高速发展的快车道上。全国旅游业的增势更为明显,国家旅游局预测,到2010年中国旅游业收入要占GDP的8%。世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界最大的旅游目的地,接待旅游者人数1.3亿人次,将占世界市场份额的8.6%。从出境旅游来看,2020年中国也将成长为世界第四大客源输出国,出境旅游人数将达1亿人次,占世界市场份额的6.2%。

旅游业的快速发展,导致对旅游规划的大量需求,各种形式的旅游规划不断涌现,推动了旅游规划理论研究和专业教育的快速发展。20多年来,有关旅游规划开发方面的学术著作和专业教材已出版了近百部,为我国旅游规划理论的发展构建了良好的基础平台。

“旅游规划与开发”课程作为我国高校旅游专业教学的主干课,承担着培育旅游规划人才专业理论基础的重任。由于这个课程具有理论和实践相结合的特征,一方面,它使旅游专业学生初步了解和掌握旅游规划与开发的基本理论、原理和方法;另一方面,它也可以应用于区域旅游规划、景区旅游开发规划等领域,具备直接解决实际问题的功能。因此,本课程应能使学生掌握旅游规划基本理论和原理,指导学生参与规划实践。然而迄今为止,我国已出版的大部分旅游规划与开发教科书,尚不能完全承担起上述培养学生的职责。

前言

2006年7月

目前,我国出版的有关旅游规划开发方面的教材,大

体分为五种:旅游资源与开发、旅游资源规划与开发、旅游开发学、旅游规划学、旅游规划与开发等。这些教材各有侧重,内容差异大小不等,又可分为两大类,一类是旅游资源开发规划,另一类是旅游规划与开发。前者注重旅游资源研究,而开发规划篇幅太少;后者注重旅游规划开发的理论研究,较全面地体现了当代旅游规划学的发展新趋势,但与实用旅游规划原理与方法的完整性和系统性还有一定差距。因此,学生对现行教材的普遍反映是:学完了旅游规划课仍不知道旅游规划怎么做。这说明现行教材与旅游规划实际尚有一定差距,这正是本教材力求解决的问题。

本书属旅游规划与开发类,内容分两大板块。第一板块包括旅游规划与开发的概念体系、理论体系和一般程序及范式。第二板块包括旅游开发规划除专项工程设计外的主要篇章,即旅游资源、旅游市场、旅游发展战略、旅游地空间体系、旅游产品开发、旅游地形象设计、旅游地营销、旅游投资效益评估、旅游保障系统等,并且各章设置“案例分析”或“实务解析”,精选有针对性的规划实战案例。如此就给学生提供一个较完整的旅游规划纲要,便于学生直接去掌握。因此,本教材最突出的特点是:全面贯彻“应用学科理论密切联系实际”的指导方针,无论是论述规划原理,还是讲述规划实战要素,都贯穿了“学以致用”原则,追求教材使用上的最本质结果——“有用”

与“有效”,使本教材的使用者(教师与学生)能够完整地把握旅游规划与开发的基本原理和要素,并对他们的实践起到较强的指导作用。本教材的主要编者都是高校旅游专业的专职教师,具有多年专业教学实践经验。本教材在编写过程中,广泛吸纳国内外旅游规划方面的研究成果,特别是甘枝茂、马耀峰、吴必虎、保继刚、马勇、李蕾蕾等专家的研究成果,并充分借鉴大量旅游规划实战成果。

负责完成各章节的编写人员如下:第1、2、6章龚绍方(郑州大学),第3、7章王淑华(郑州大学),第4章张青云(安阳师院),第5、8章张青云、秦艳培(洛阳师院),第9章吕连琴(河南财经学院),第10章秦艳培,第11章王刚伟(郑州大学)、龚绍方,第12章申燕平(河南工业大学)、鲍春裕(河南农业大学)。全书由龚绍方统稿。杨秦予副编审为本书的出版付出了大量辛劳,在此致谢!

由于本书致力于探索新体系,且作者水平有限,错误和不当之处在所难免,恳请读者批评指正。

责任编辑:王淑华  
封面设计:王淑华  
出版发行:河南大学出版社  
地址:郑州市经二路五号  
电话:0371-6616111  
邮编:450002

编者  
2006年7月



# 目 录

1E\	1	旅游规划与开发概念体系	/1
1E\	1.1	国内外旅游规划与开发历史概述	/1
1E\	1.1.1	国外旅游规划与开发历史	/1
3E\	1.1.2	国内旅游规划与开发历史	/3
3E\	1.2	旅游规划与开发的概念	/5
3E\	1.2.1	关于旅游规划	/5
3E\	1.2.2	关于旅游开发	/8
0E\	1.3	旅游规划与开发的原则与步骤	/10
0E\	1.3.1	旅游规划与开发的原则	/10
4E\	1.3.2	旅游规划与开发的战略策划步骤	/12
4E\	1.4	旅游规划与开发的发展趋势与研究热点	/13
2E\	1.4.1	旅游规划与开发的发展趋势	/13
2E\	1.4.2	旅游规划与开发的研究热点	/15
0E\	2	旅游规划与开发理论基础	/20
4E\	2.1	旅游规划理论的体系结构	/20
4E\	2.1.1	旅游规划与开发环境理论板块	/21
4E\	2.1.2	旅游规划与开发经济理论板块	/21
4E\	2.1.3	旅游规划与开发人文理论板块	/21
0E\	2.1.4	旅游规划与开发方法理论板块	/21
7E\	2.2	旅游规划与开发环境理论板块的主要理论	/22
7E\	2.2.1	旅游地理学有关理论研究	/22
8E\	2.2.2	区域科学相关理论的研究	/24

	2.2.3 景观生态学有关研究理论	/25
	2.3 旅游规划与开发经济理论板块的主要理论	/26
	2.3.1 旅游经济学的研究内容	/26
	2.3.2 旅游市场营销学相关的应用研究	/28
	2.3.3 经济学新理论	/29
	2.4 旅游规划与开发人文理论板块的主要理论	/31
	2.4.1 游憩与旅游理论研究	/31
	2.4.2 旅游心理学的相关应用研究	/31
	2.4.3 旅游文化学相关应用研究	/32
	2.5 旅游规划与开发方法理论板块的主要理论	/33
	2.5.1 旅游系统论	/33
	2.5.2 可持续发展理论	/35
3	<b>旅游规划与开发的一般程序和范式</b>	/39
	3.1 旅游规划的基本类型和模式	/39
	3.1.1 国内外旅游规划的分类	/39
	3.1.2 旅游规划的基本模式	/42
	3.2 旅游规划与开发的基本规范	/44
	3.2.1 旅游发展规划规范	/45
	3.2.2 旅游区规划规范	/46
	3.2.3 风景名胜区规划规范	/50
	3.2.4 保护性规划规范	/54
4	<b>旅游资源分类、调查与评价</b>	/64
	4.1 旅游资源的概念与特征	/64
	4.1.1 旅游资源的概念	/64
	4.1.2 旅游资源的特征	/66
	4.2 旅游资源的分类	/67
	4.2.1 旅游资源的分类原则	/67
	4.2.2 旅游资源的分类方法	/68

4.3	旅游资源调查	/73
4.3.1	旅游资源调查的目的与意义	/73
4.3.2	旅游资源调查的种类	/74
4.3.3	旅游资源调查的内容	/75
4.3.4	旅游资源调查的程序	/76
4.3.5	旅游资源调查的方法	/77
4.4	旅游资源综合评价	/78
4.4.1	旅游资源综合评价的分类	/78
4.4.2	旅游资源综合评价的方法	/80
4.4.3	旅游资源评价赋分模型(式)	/86
5	旅游市场分析、预测与定位	/94
5.1	旅游市场调查	/94
5.1.1	旅游市场调查的意义与内容	/94
5.1.2	旅游市场调查程序	/96
5.1.3	旅游市场调查方法	/97
5.2	旅游市场分析	/99
5.2.1	旅游市场理论分析	/99
5.2.2	旅游需求市场分析	/100
5.2.3	旅游市场细分	/100
5.3	旅游市场预测	/104
5.3.1	旅游市场预测的涵义	/104
5.3.2	旅游市场预测的类型	/104
5.3.3	旅游市场预测的内容	/105
5.3.4	旅游市场预测的步骤	/106
5.3.5	旅游市场预测的方法	/107
5.4	旅游市场的定位	/111
5.4.1	旅游市场定位的含义	/112
5.4.2	旅游市场定位的要素	/112
5.4.3	旅游市场定位的依据	/113

	5.4.4	旅游市场定位策略	/113
	5.4.5	旅游市场定位的过程	/114
6		<b>旅游规划的战略体系</b>	/117
	6.1	旅游规划背景分析	/117
	6.1.1	旅游规划环境 PEST 分析	/117
	6.1.2	旅游规划 SWOT 分析	/118
	6.2	旅游发展战略规划	/122
	6.2.1	指导思想	/122
	6.2.2	宏观目标	/123
	6.2.3	发展战略	/124
	6.2.4	战略重点	/128
	6.2.5	战略措施	/130
7		<b>旅游地空间体系规划</b>	/137
	7.1	旅游地空间区位分析	/137
	7.1.1	旅游空间相互作用模式	/138
	7.1.2	旅游区位概念及划分	/139
	7.1.3	旅游区位开发	/139
	7.1.4	区域旅游开发的综合分析	/142
	7.2	旅游环境容量规划	/144
	7.2.1	旅游环境容量概念体系	/144
	7.2.2	旅游环境容量量测	/146
	7.2.3	旅游规划中景区容量的控制	/151
	7.3	旅游空间布局与功能分区	/154
	7.3.1	旅游空间结构	/155
	7.3.2	旅游功能分区	/158
	7.3.3	区域旅游空间布局的典型模式	/160
8		<b>旅游产品开发与项目设计</b>	/168
	8.1	旅游产品的含义	/168
	8.1.1	旅游产品概念辑要	/168

202\	8.1.2 旅游产品定义	/169
202\	8.2 旅游产品的分类	/170
202\	8.2.1 按旅游产品特点进行的分类	/170
206\	8.2.2 按旅游产品功能进行的分类	/173
208\	8.2.3 按旅游产品开发程度进行的分类	/174
208\	8.3 旅游产品的开发	/175
212\	8.3.1 开发理念	/175
213\	8.3.2 开发内容	/177
212\	8.3.3 开发途径	/178
212\	8.3.4 开发程序	/181
212\	8.4 线路旅游产品	/182
212\	8.4.1 旅游线路的概念与类型	/182
222\	8.4.2 旅游线路的组合设计	/184
222\	8.4.3 游览线路的概念及其设计	/185
224\	8.5 旅游项目规划设计	/187
222\	8.5.1 旅游项目的基本概念	/187
222\	8.5.2 旅游项目的创意设计	/188
222\	8.6 旅游商品开发规划	/191
222\	8.6.1 旅游商品及其特性	/191
222\	8.6.2 旅游商品分类	/193
222\	8.6.3 旅游商品开发原则	/194
228\	8.6.4 旅游商品开发规划的主要内容	/195
228\	9 旅游地形象设计与塑造	/199
232\	9.1 基本概念	/199
232\	9.1.1 旅游地形象的概念	/199
234\	9.1.2 旅游地形象的特征	/200
234\	9.1.3 旅游地形象的构成体系	/201
236\	9.1.4 旅游地形象的形成过程	/201
238\	9.1.5 旅游形象设计的概念	/203

9.2	旅游地形象调查	/205
9.2.1	旅游地形象调查的内容	/205
9.2.2	旅游地形象调查的方法	/205
9.2.3	旅游地形象调查的步骤	/206
9.3	旅游地形象定位与设计	/208
9.3.1	旅游形象定位	/208
9.3.2	旅游口号设计	/212
9.3.3	旅游地人—地感知形象设计	/213
9.3.4	旅游地人—人感知形象设计	/215
9.4	旅游地形象的传播与推广	/217
9.4.1	传播途径	/217
9.4.2	传播策略	/217
10	旅游地营销规划	/224
10.1	旅游地营销概述	/224
10.1.1	旅游地营销的概念	/224
10.1.2	旅游地营销的意义	/225
10.1.3	旅游地营销的营销环境分析	/226
10.2	旅游地营销规划	/226
10.2.1	旅游地营销规划的概念	/226
10.2.2	旅游地营销规划的内容	/226
10.3	旅游地营销的目标市场	/228
10.3.1	旅游市场细分	/228
10.3.2	目标市场的选择	/229
10.3.3	市场营销策略的选择	/231
10.4	旅游地营销组合策略	/233
10.4.1	旅游产品策略	/234
10.4.2	旅游产品定价策略	/236
10.4.3	旅游产品销售渠道策略	/238



	10.4.4	旅游产品促销策略	/239
	10.4.5	互联网营销	/241
	10.5	旅游地节事旅游活动的开发	/241
	10.5.1	节事旅游活动的含义和类型	/241
	10.5.2	旅游地开发节事活动的重要意义和原则	/242
	10.5.3	节事旅游活动开发的基本原理	/244
	10.5.4	节事旅游活动策划的主要内容	/246
11		<b>旅游规划与开发的投资效益评估</b>	/249
	11.1	投资概算与评估原则	/249
	11.1.1	投资概算	/249
	11.1.2	评估原则	/250
	11.2	效益评估的内容体系	/251
	11.2.1	经济效益评估	/251
	11.2.2	社会效益评估	/251
	11.2.3	环境效益评估	/252
	11.3	效益评估方法	/253
	11.3.1	经济效益评估的方法	/253
	11.3.2	社会效益评估	/255
	11.3.3	环境效益评估	/256
	11.4	旅游规划投资效益及评估实务解析	/257
	11.4.1	投资估算	/257
	11.4.2	经济效益分析	/259
	11.4.3	社会效益分析	/261
	11.4.4	生态效益分析	/261
12		<b>旅游规划与开发的保障体系</b>	/264
	12.1	政策保障体系	/264
	12.1.1	政策保障体系的特点	/265
	12.1.2	政策保障体系的内容	/266