

上海 都市旅游 规划精选

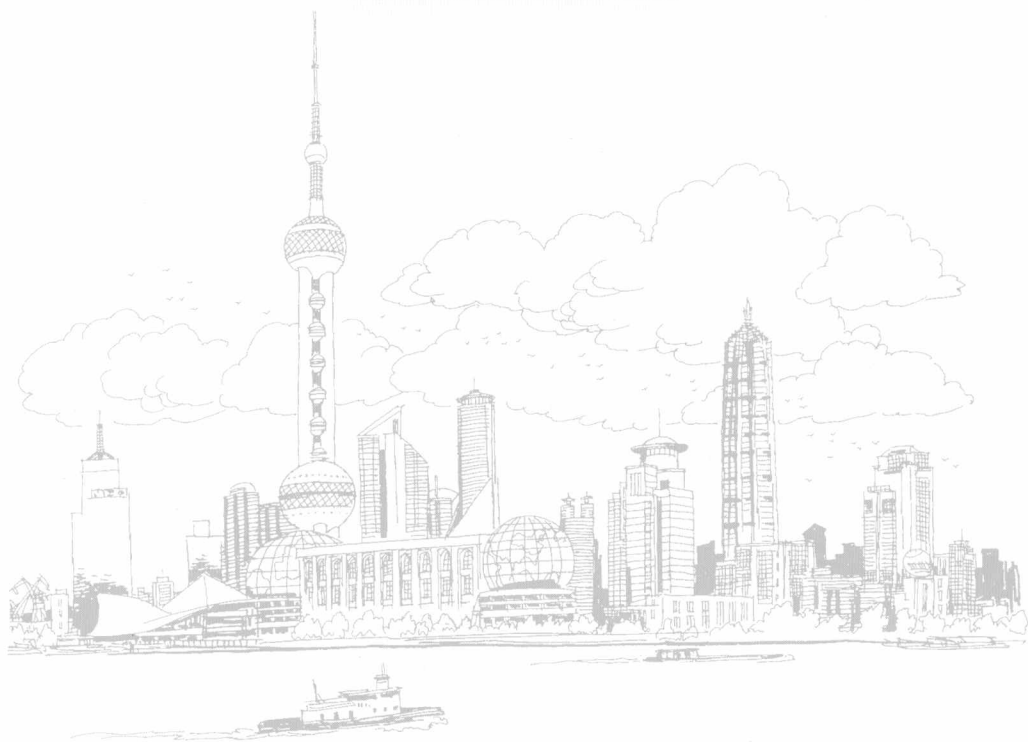
王怡然 姚昆遗 陈建勤 · 编著



上海社会科学院出版社

上海 都市旅游 规划精选

王怡然 姚昆遗 陈建勤·编著



上海社会科学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海都市旅游规划精选 / 王怡然等编著. — 上海: 上海
社会科学院出版社, 2007. 11
ISBN 978-7-80745-125-9

I. 上… II. 王… III. 旅游业—经济发展—经济规划—
上海市 IV. F592.751

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 166758 号

- ◎ 责任编辑 陈 军
- ◎ 特约编辑 黄行发
- ◎ 装帧设计 闵 敏

上海都市旅游规划精选

编 著 者: 王怡然 姚昆遗 陈建勤

出版发行: 上海社会科学院出版社

上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020

<http://www.sassp.com>

E-mail: sassp@sass.org.cn

经 销: 新华书店

刷: 上海宝山杨中印刷厂

开 本: 787×960 毫米 1/16 开

印 张: 24.5

插 页: 2

字 数: 400 千字

版 次: 2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-80745-125-9/F·022 定价: 48.00 元

版权所有 翻印必究

谨以本书献给
上海都市旅游十周年

目 录

第一篇 都市旅游规划概述	1
第二篇 上海市旅游发展“十一五”规划	20
上海市旅游发展“十一五”规划	20
上海市旅游发展“十一五”规划附录	56
附录一 上海市旅游发展“十一五”规划市场调查	56
附录二 2000—2005 年上海旅游统计摘编	91
第三篇 上海市普陀区旅游发展规划(2004—2015)	96
上海市普陀区旅游发展规划(2004—2015)	96
上海市普陀区旅游发展规划(说明书)	127
上海市普陀区旅游发展规划专题报告	190
专题报告之一 整合两岸综合资源 开发水岸游览经济产业	
——打造苏州河(普陀段)水岸游览经济带构想	190
专题报告之二 国外的城市河道(略)	196
专题报告之三 传统工业区和旧厂房的旅游资源开发	196
专题报告之四 都市夜生活——走进酒吧和夜总会(略)	201
专题报告之五 澳门博彩业(略)	201
专题报告之六 城市居民的自然生态休闲需求(略)	201
专题报告之七 城市无处不飞花——城市、花卉与旅游	201
专题报告之八 打造欢乐的主题公园(略)	209
专题报告之九 深圳“欢乐谷”(略)	209
专题报告之十 电子竞技运动	210

专题报告之十一 网络信息及都市旅游业(略)·····	217
专题报告之十二 大卖场与休闲购物游(略)·····	217
第四篇 上海国际汽车城旅游业发展规划 ·····	218
上海国际汽车城旅游业发展规划·····	218
上海国际汽车城旅游业发展规划专题报告·····	279
专题研究报告之一 上海国际汽车城旅游市场研究(略)·····	279
专题研究报告之二 上海国际汽车城旅游市场调查报告(略)·····	279
专题研究报告之三 汽车城和嘉定区旅游资源整合研究·····	279
专题研究报告之四 安亭老镇人文资源综合利用研究(略)·····	294
专题研究报告之五 上海国际汽车城旅游产品开发研究(略)·····	294
专题研究报告之六 上海国际汽车城旅游形象研究(略)·····	294
专题研究报告之七 上海国际汽车城汽车博览和展示研究(略)·····	294
专题研究报告之八 上海国际汽车城旅游产业管理体制 研究(略)·····	294
专题研究报告之九 上海国际汽车城融资形式研究·····	294
专题研究报告之十 上海国际汽车城旅游服务设施配置 研究(略)·····	308
专题研究报告之十一 上海国际汽车城旅游基础设施建设 研究(略)·····	308
专题研究报告之十二 国内外汽车城例选·····	308
专题研究报告之十三 国外 F1 赛车场例选 ·····	320
第五篇 嘉定州桥老街传统文化旅游区开发规划 ·····	327
嘉定州桥老街传统文化旅游区开发规划·····	327
后记 ·····	382

第一篇 都市旅游规划概述

都市旅游规划概述

一、都市与都市旅游

1. 都市

从1997年上海市委、市政府提出上海旅游业的发展定位是都市型旅游,上海旅游业的发展进入了快车道。

上海发展都市旅游的定位,是从上海国际大都市的现实地位出发的。

大都市不同于一般的“城市”。作为大都市,除了人口众多、面积巨大以外,还必须具有以下条件:

- 依托一个大城市连绵区;
- 有通达四方的市内外交通系统和信息联系;
- 有雄厚的经济实力,体现在庞大的企业集团,相当的资产存量以及活跃的要素流量,是区域甚至世界经济、贸易、金融中心;
- 有繁荣的商业,体现在充裕的商品、畅通的购物渠道、舒适的购物环境等方面;
- 有现代化的城市环境和基础设施,能够反映出当前世界的时尚、潮流和趋势。

而作为一个国际化的大都市,具有更加深刻的内涵,体现在:

- 在世界经济中具有相当竞争力和一定影响的经济实力;
- 具有能在全球或区域性经济活动中产生相当影响乃至一定控制作用的地位;
- 通行各种国际法规、国际通则和国际惯例,具有相当的经济开放度;
- 是各种国际组织、国际金融机构、跨国公司的总部或地区分部所在地,形成国际性的集散中心;
- 具有和国际社会政治、经济、文化的广泛联系,能够和外部世界进行

全方位的方便快捷的沟通与融合,并有获得各种信息的通畅渠道。

因此,国际化的大都市,既不是单一的地理概念,也不是单一的经济概念,而是取决于这个城市的性质、规模、地位和特色,反映了一个城市对外开放的综合实力。

也正因为此,不是任何一个城市都可以称之为“都市”的,在整个世界走向城市化的进程中,许多村镇都在演变为城市,但是能够称为“都市”的城市必须具有相应的内涵和基础,必须满足上述条件。

2. 都市旅游

几乎没有一个国际化大都市不是一个著名旅游城市的,这正是国际化大都市的基本属性和特点所决定的。

依托大都市的经济和社会地位,根据城市的功能定位和资源特点,以丰富多彩的都市和都市生活为载体,整合都市的相关资源和产业,把都市风光、都市文化和都市各种产业融为一体,作为自身旅游业发展的特色和目标定位,展现都市的文化底蕴和城市形象,形成富有魅力的旅游胜地,这就是都市旅游。

都市旅游对于都市来说,不仅是一种产品、是一种业态,同时也是城市的功能。旅游者以都市为旅游目的地,不满足于感受单个的景点景区景观,而是要感受整个城市;同样,发展都市旅游,也不限于以都市的局部区域、个别资源打造产品,而是以整个都市为载体,整合整个都市的所有资源,各种产业都可能与旅游相互融合和渗透,形成新的旅游业态和产品,丰富都市生活,展现都市形象。

3. 都市旅游的特点

从都市旅游的概念和都市旅游的实践出发,都市旅游具有五个显明的特点:

首先,不同于风景名胜区或自然生态的旅游,都市旅游最重要的资源、产品、吸引物,在于人文、社会、文化方面。发展都市旅游,尤其要深入挖掘都市的文化底蕴,凸显都市的文化特质,注重文化产品的设计和开发。

其次,都市旅游是大城市发展到高度成熟阶段的产物,它的发展首先依靠的是大都市的整体形象的魅力,依赖于城市完善的基础设施和现代服务业的繁荣发展。都市旅游是城市的窗口,是城市经济的追随物。

第三,都市旅游依靠的是都市的整体形象,它展示出来的也是都市的整体形象。都市旅游的发展,不单是旅游部门的事,要调动和综合全社会(包括各

个产业、区域、阶层)的各个层面、各个环节的积极性,依靠全体市民共同的热情、友好的东道主意识。

第四,都市旅游的效益效应,不仅仅体现在经济上,尤其体现在社会方面,它融合在整个社会(文化、经济)之中。都市旅游的发展,不仅是满足旅游者的物质需求和精神需求,而且对于提高都市市民素质,塑造和树立都市的形象,能起到其他任何产业都无法比拟的作用。这种无形的、间接的、深层面的影响和意义,远远大于旅游企业所创造的直接经济效益,是不能低估的。

最后,都市旅游崇尚和追捧的是时尚、典雅,是开放的文化和现代人的生活方式。这种时尚典雅,是全方位的,渗透于城市的方方面面,包括风貌氛围、观念理念、服务设施、生活方式等,都可以成为旅游吸引物。都市旅游凸显这种时尚和典雅,而旅游者也就是要感受和体验这一份时尚和典雅。

对都市旅游的概念和特点的认识和把握,是做好都市旅游规划的基础。

二、都市旅游规划的目的、要求和分类

1. 规划的目的

旅游,从本质上说是要感受和体验不同文化背景的生活方式。都市旅游,以都市风光、都市文化和都市产业为载体,为游客提供观光、游览、休闲、度假等形式的特色旅游活动。中国有句古语云:“预则立,不预则废。”作为都市旅游的经营者,要能够使自己经营的旅游活动和旅游业,能够适应市场需要,能够吸引旅游者,就要预作筹划,预作构想。规划,就是对未来可能的状态作出预期的筹划和构想。

旅游规划是规划的一种,是通过对一个地区的旅游资源和旅游市场的调查研究和预测评估,对资源合理利用、优化配置,对旅游产业发展作出相对长期的、全面的构想和筹划,控制旅游产业发展的基本趋势,规定旅游产业发展的整体框架,协调旅游业发展和地区利益、环境保护的关系,减少盲目性,增加自觉性,明确旅游产业发展的战略重点,使旅游业全面地、健康地发展,实现最佳的经济效益、社会效益和环境效益。

2. 规划的要求

规划编制出来,要能够真正指导当地旅游业的发展,成为当地旅游业发展的蓝图,有一些基本的要求,是应该被提出来共同遵守的。

(1) 要符合国家的相关法律法规,符合本地社会经济发展的总体规划。

旅游业的发展不应该是少数人随意的主观意图,而是当地社会经济发展的要求,是在一定的自然、社会空间范围展开。旅游业的发展不能离开当地社会经济发展的大环境,也不能违背国家的相关的法律、法规的制约。所以编制旅游发展规划,必须符合国家的相关法律法规,符合地区社会经济发展总体规划。

就都市旅游来说,除了国家的基本法律之外,像《中华人民共和国城市规划法》、《中华人民共和国文物保护法》、《中华人民共和国环境保护法》等,以及相关的《中华人民共和国土地管理法》、《中华人民共和国水法》等,都是编制旅游规划时必须参照的依据。旅游规划违背了这些法律法规,就将失去存在的基础和依据,将是废纸一张。

(2) 要和相关的规划相协调。正因为旅游是一个综合性的产业,旅游业的发展离不开相关产业、事业的支持,旅游规划具有和相关规划的协调一致性,所以在编制旅游规划时,自始至终都要十分重视和相关规划的协调,要充分考虑在同一区域、同一个环境、面对同样的资源,各个不同领域里所编制的各自的规划。比如编制都市旅游规划,就不能不考虑相关的城镇建设规划、文化发展规划、土地利用规划、交通规划、环境保护规划等等。不能设想每一项规划都是自行其是、自成一套、互不关联,或者甚至相互抵触,这只能抵消规划的可行性和有效性。编制旅游规划应该了解这种种相关规划,和有关的规划部门主动沟通,使旅游规划从一开始就和这些相关规划协调起来,相互适应。这样,资源才会得到合理利用,环境才会得到切实保护,旅游规划也才有可操作性。

(3) 要有充分的调查研究。旅游规划是对一个地区在一段时期内旅游产业发展的构想,这个构想不可能是空穴来风、拍脑袋、想当然提出来的,也不可能把其他地方的规划简单移植、照抄照搬过来的。它只能是对本地区社会经济历史和现状的了解、旅游资源的全面认识、旅游产业现状的全面把握以及对旅游市场的全面分析以后得出的一个理性的认识。所以在编制规划以前,必定要经过充分的调查研究,对于都市旅游来说,这些调查研究包括资料的占有、现场的踏勘、市场调查等,只有对所有相关元素熟悉在胸,编制出来的规划才可能有针对性、有生命力、有实效性。

(4) 要有创新的思维和理念。旅游的要旨是求新求奇求特。创新是旅游规划生命力的源泉,只有充分展示自己的独特内涵,充分张扬自己与众不同的个性,旅游者才会纷至沓来。现在许多地区发展旅游之所以兴旺不起来,到处

都是一样的主题公园,一样的古镇老宅,一样的农家乐,甚至名称都一样套路,不是“东方威尼斯”、“东方日内瓦”,就是“休闲之都”、“动感之都”,缺乏创意、缺乏个性,不能不成为最大的败笔。

都市旅游的灵魂是文化,文化贵在创新。成功的规划就在于创新。创新包括理念的创新、内容的创新和方法的创新。内容的创新和方法的创新固然都很重要,但能不能在熟视无睹见怪不怪的、看似平淡无奇的资源中发现其中的闪光点,能不能在大家习以为常、千篇一律的展示手法中融合进新鲜的技巧,形成别样的视角,这关键在于规划编制者有没有创新的思维 and 理念。理念决定成效。有了创新的理念,就能发现独特的闪光点,才能独特构想,标新立异,设计出富有特色、富有激情、富有吸引力的产品来。

(5) 要用团队的力量来编制好规划。旅游产业是一个综合性的产业,既是多学科的融合,也要多个部门的协作。以都市旅游来说,客源市场的分析,文化底蕴的挖掘,空间布局的铺排,交通线路的设计,环境指数的测定,信息技术的运用,直至各个旅游产品所涉及的历史、民俗、宗教、建筑、园林、饮食等各种文化,水文、气候、植物、地质、道路等各种技术,都需要各业各方面的协调配合。这就不是简单一两个人的知识和能力所能解决,需要有一支多学科、多部门、多人员结合的规划团队,集合各方面的知识、信息和能力,协同配合,才能保证规划站在一个较高层面的成功。理念创新,创新的理念,不但来自于规划编制者的个人素质素养,也依靠编制队伍的集体智慧。

3. 都市旅游规划的类型

都市旅游规划一般可以分为三大类:综合性规划,产业单体规划和专项规划。策划属于对规划中项目的设计和落实。

(1) 综合性规划。综合性规划,也称作总体规划。根据国家和本市社会经济发展的总体要求以及对旅游业的产业发展总体思路,对本市的旅游业发展提出设想,这些设想应该是建立在对影响本市旅游业发展的国际国内旅游形势、区位条件、本市的旅游结构和功能以及相关因素的切实分析的基础之上,所作出的旅游业发展的中长期目标、发展方向、发展规模、战略布局以及发展战略等。

总体规划的编制,对本市的旅游产业发展,具有十分重要的意义。它具有统领全局、统一认识、明确方向、协调步伐的作用,同时也对下属区域和部门的旅游产业发展进行引领。

在全市旅游总体规划出台以后,各区、县也应在全市的总体规划的框架下,从本区、县的社会经济发展形势和自身的资源条件、功能定位出发,制订区、县的旅游发展总体规划。

总体规划确定以后,要具体落实实施,还应该进一步编制详细规划(详规)或行动推进计划。详细规划或行动推进计划是在总体规划的指导规定下,对总体规划的深化落实。

(2) 产业、产品单体规划。旅游业是一个综合性产业,都市旅游整合整个都市的所有资源、各种产业,形成新的旅游业态和产品。针对都市旅游中的各个单体产业或业态,在必要的时候,也需作出相应规划,分析其资源条件、产业(或产品)特点和市场结构,明确其产业定位、发展目标、发展规模,提出保障措施。如:

- 都市节庆旅游规划,
- 会展旅游规划,
- 工业旅游规划,
- 黄浦江、苏州河水上旅游规划,
- 都市乡村旅游规划,等。

对一些具体产品的规划,如国际汽车城旅游产业规划、××休闲度假旅游区规划,也应归入这一类产业、产品单体规划。

(3) 专项规划。专项规划是在总体规划指导下对旅游领域各个具体部门、环节所作的专题规划。旅游专项规划的类型很多,举其大者如:

——资源开发规划。对本地区的旅游资源,包括自然资源、人文资源和社会资源,在全面调查和科学分析的基础上,作出综合评价,确定资源的特色和等级,提出资源开发的方向和主要客源对象,论证资源开发的社会经济效益和投资概算,提出资源开发的保护级别和措施,合理配置,协调发展,永续利用。

——旅游设施规划。在总体规划指导下,根据总体规划规定的发展规模和客流结构,对各项旅游服务设施如宾馆、饭店、景区点、旅行社等,各项旅游基础设施诸如停车场、旅游厕所、道路指引标识等,确定其建设数量、规模、布局、档次和建设时序等。

——旅游交通规划。旅游交通是旅游设施中非常重要的一块。交通的便利与否,是决定旅游业发展成功的关键。应对旅游区的大交通(外部交通)、小交通(内部交通)、交通线路设计、集散点设置等都作出合理的安排。

——环境保护规划。环境,包括自然环境、人文环境和社会环境。在旅游业发展的过程中,一些地区的生态环境,包括自然生态和文化生态遭到人为的破坏,于是有人就指责旅游业的发展导致了生态环境的破坏。其实,环境是旅游业发展的载体和基础,再没有其他任何产业的发展比旅游业更依赖于环境。只不过是有些人恰恰没有看到这一点。所以要做环境保护规划,处理好旅游业发展同当地自然环境和社会、文化的关系,确定保护的 范围、对象和级别,提出保护的 措施,以确保环境不致因为旅游业的发展而受到破坏,确保旅游质量不因旅游业的发展而下降。对于都市旅游来说,要特别注重文化生态的利用和保护。

——旅游线路规划。都市旅游的旅游线路规划,不同于旅行社为游客设计的游路,旅行社的游路主要着眼于把旅游景点串联为组合产品,而都市旅游的旅游线路规划,主要是根据市区、郊区各景区点地理位置、交通条件、客源构成、旅游时间等因素,规划出一条条连接旅游点的游览线路。都市旅游的旅游线路着眼的是在充分依靠现有的交通线路的基础上,辟建出一些旅游交通专属线路,对景点合理连接,让旅游者能用最精简的时间方便地到达各个最有代表性的景点。

——旅游人才规划。旅游业的发展,旅游质量的高低,最终归结到旅游从业人员(包括各级管理人员和各类服务人员)的素质和能力。所以,旅游业的规划除了注重硬件建设以外,要十分注重人才的培养和培训。旅游人才规划包括对本地区旅游业从业人员现状;本地区旅游业发展的人才需求状况,包括人才结构和需求;对今后一段时期人才的层次结构,以及吸引人才、培养人才的途径和对策、措施等。

此外,诸如导游员培训、旅游商品开发、旅游市场开发等,都可以列出专项规划。

(4) 策划。旅游策划是运用科学的分析方法,针对某一具体的旅游经营目标,分析旅游市场和旅游经营的各种相关要素,设计出切合实际情况的、具体的、可行的方案和计划,并在实现目标的过程中,使效益和价值最大化。

旅游策划,包括形象策划、旅游项目策划、产品策划等类型。其中:

——形象策划,又可具体分为旅游目的地形象策划、旅游企业形象策划等,比如上海都市旅游的 总体形象,上海国际汽车城的旅游形象等;

——项目策划可包括旅游活动策划、景点营销策划等,比如一年一度的上

海旅游节,上海桃花节,豫园的元宵灯会等,都会有相应的策划;

产品策划包括旅游线路策划、旅游活动组织策划等。

旅游策划与旅游规划相比,更具体,更有针对性,也更有可操作性,它使旅游经营活动一开始就具有明确的目标,纳入全盘的科学规划。因此,旅游策划已经越来越成为旅游经营活动中的重要环节。

和旅游规划一样,进行旅游策划必须充分认识、客观评价、准确把握旅游目的地的旅游资源、文化历史特性、地缘特征、产品风格价值以及目标市场的需求特征和消费特征等。

三、都市旅游规划的编制

1. 编制都市旅游规划的原则

(1) 纳入城市战略、国家战略。都市旅游规划的编制,必须纳入到城市战略、国家战略的大框架之中,这是都市旅游本身的性质、地位和作用所决定的。前面我们已经讨论过,都市旅游对于都市来说,不仅是一种产品、一种业态,同时也是城市的功能;发展都市旅游,展示都市的整体形象,是塑造和树立都市形象的现实途径。所以规划都市旅游,就不是一般的规划一个产业,而是和整个城市的布局、发展、功能塑造联系在一起。而由于都市在整个国家的经济社会发展中所占据的特殊地位,所以对都市旅游的规划,应该站在城市战略、国家战略的高度。

(2) 和政府主管部门的充分沟通。改革开放以来中国旅游业所走过的近三十年的发展道路证明,中国旅游业发展的基本经验之一是政府的主导性。旅游是一个综合性非常强的产业,都市旅游的发展依靠的是大都市的整体形象的魅力,依赖于城市完善的基础设施和现代服务业的繁荣发展。旅游业又是一个开放性最强的产业,业内外、区域内外、国内外,都要涉及各种层面的政策把握。政府站在宏观层面的决策,对旅游业在整个国民经济中的地位和关系的协调,对都市旅游规划具有重要指导作用。在编制规划的过程中,要和政府主管领导充分沟通,从政府的宏观层面上,把握和吃透主管层的思路,这对于规划的准确定位以及规划的落地实施,都是至关重要的。

(3) 充分利用和整合现有资源。都市旅游的载体是物质文明、精神文明高度发达的大都市。都市旅游的发展依赖于城市完善的基础设施和现代服务业的繁荣发展。所以和其他任何风景区、自然生态旅游的规划区别在于,后者

在许多场合是在白纸上画画,可以有更多的想象和发挥的空间,而都市的景观风貌、市政建设设施、社区环境氛围、各种产业发展都已经各具形态,都市旅游规划只能在现有形态上,更多的是充分利用和整合现有资源,注入旅游元素,整合为旅游资源。这也是一种创造性的发挥,但它不能离开现有的基础。

(4) 和其他规划的关联性。旅游规划必须与相关规划保持关联。而都市旅游业的发展依托于整个城市社会经济文化的整体发展,依托于其他各个产业的支持,尤其需要强调与其他规划的关联性。这些相关规划,包括社会经济发展总体规划、城市发展综合规划、相关产业专业或专项规划等。旅游者能不能进得来、出得去、散得开,需要交通设施、交通环境的支持;旅游者的到来,除了观光游览以外,消费购物也是旅游的基本要素,旅游规划要与商业的布局和发展相协调;现代旅游,越来越青睐于休闲,相应的文化娱乐设施和活动是不是能适应旅游者的需求,都对都市旅游起到直接的推进或制约作用。

所以都市旅游规划和各项相关规划之间具有十分密切的关联性。旅游规划要在都市社会经济发展总体规划中占有一席之地,要纳入到地区社会经济发展总体规划之中去;也要对相关产业的发展提出自身的要求,要求各个产业、行业在制订其各自的规划时,把旅游的元素考虑进去;旅游规划也要主动地靠到其他相关规划上去,充分考虑其他相关规划的制约要求,使各项规划彼此相互协调,这样整个地区的发展平衡协调了,旅游规划也才具有可行性。

(5) 和居民利益的结合。都市是人口居住密集地区。都市旅游规划的整体布局,不能脱离现有都市社区的布局。都市旅游的旅游者进入,和都市居民的生活融为一体。而发展旅游业的根本目的之一,应该是有利于当地社会文化经济的发展,有利于当地居民生活幸福指数的提高。在都市旅游的规划中,既要以旅游者为出发点,又要以当地居民为出发点;既要充分考虑当地居民的利益,不能损害当地生活环境,还要满足本地市民旅游的需求,让都市旅游成为共建共享“生活品质之城”的重要组成和手段,对和谐社会的建设发挥其应有的积极作用。

2. 编制都市旅游规划的流程

编制规划没有固定的规范程式,但是从编制规划的整个流程来看,一些最基本步骤应该是大体一致的。

(1) 酝酿立项。做旅游规划的前提,是一个地区对本地区能不能发展旅游、要不要发展旅游应该先有一个基本的认识。只有明确了发展旅游的必要

性和可能性,才能进入到制定旅游规划的阶段。而发展旅游与否的认识,来自于对本地区产业结构的综合考虑以及对旅游资源和市场的基本估计,以及对发展旅游业的积极影响和消极影响的基本认识。这个工作一般由当地政府主管部门完成,也可以由政府部门组织或委托专家来进行。一旦明确了要发展旅游业的基本方向,就要对编制旅游规划进行立项并物色、确认规划编制单位,一般讲,这往往都是通过招标来完成的。

(2) 编制准备。编制单位接受委托着手编制规划以前,必须做好充分的准备,这些准备包括四方面的工作。

——确定目标。这是编制规划的第一步工作。应根据立项要求,明确本规划的性质(比如是总体规划,还是战略发展规划,或者是行动推进计划)、类型(比如是专项规划,还是策划)、范围以及具体任务。只有明确了规划目的,才能够有针对性的组建规划编制班子,制订具体的工作细则安排。

——组织队伍。旅游是一个综合性十分强的产业,不同的旅游规划,由于规划涉及的地域不同,编制的目的不同,内容也不同。因此,应根据不同的规划要求,组织相应的多学科专业人士组成合理的规划编制组,比如自然生态、水文地理、人文历史、园林建筑、宗教民俗、市场调研等等,根据不同的规划吸收不同学科的专业人士参与。

——准备资料。包括基础资料和专业资料两部分。基础资料的具体内容,由规划编制方提出要求,规划委托方具体提供。都市旅游规划的背景资料主要有:区划政区资料、区位地理资料、气象资料、水文资料、动植物生态资料、历史人文资料、社会文化资料、经济统计资料、行业发展资料、交通资料、基础设施资料、土地利用资料、旅游业态资料以及与此相关的各种政策法规。这些资料可以是历史档案、政府文件、年鉴年报、规划报告、研究成果等等。专业资料包括国内外宏观形势分析、发展动态和预测、相关课题研究、国内外的案例等,这些资料主要由规划编制组收集准备。

——编制工作计划。工作计划不但应对规划的目标、成果、完成期限提出明确的规定,而且应对阶段目标、操作方法和技术性安排(如在哪一个阶段,需要进行哪些层面的座谈、访谈、问卷调查等)都有具体的描述,这样以后的整体运作才会有条不紊、按部就班。

(3) 调研分析。成功的规划首先取决于正确的定位,对本地区发展旅游业的主客观条件的准确把握和对市场、前景的正确认识。规划的第一步要通

过踏实细致的调查研究,做好实事求是的背景分析。

调查目的可以分为了解背景、掌握动态、预测市场等;

调查的内容包括背景调查、现状调查、资源调查、市场调查、产业调查、业态调查等;

调查的对象可分为旅游者、当地原住民、主管部门、企业、相邻地区等不同情况;

调查的方法包括现场踏勘、问卷调查、抽样调查、电脑检索、访问座谈等;

调查的态度。许多人都关注调查的方法,实际上更重要的是调查的态度。虽然掌握好的方法,但没有好的态度,仍然不能取得有效和有益的调查的结果。好的调查态度是指,要有客观的、不抱成见的态度;较真的、敢于刨根究底的态度;科学的、一丝不苟的态度,以及深入实地、不辞辛劳,力求第一手资料的态度。

一切结论来自调查研究之后。调查研究的过程,就是摸清家底、辨析机遇的过程。通过调查获得广泛的材料,包括来自各方面的资料、数据和各种信息,经过独立思考,作出旅游业发展的可行性分析,如概况分析、区位分析、资源分析、市场分析、产业分析、容量分析等,目的是把自身规划置于科学的基础之上,把握切实的前景。现在通常的分析方法是通过对各种资料的综合排比分析,围绕区位条件、社会与经济条件、宏观政策条件、旅游资源条件、旅游市场环境、投资资金来源、旅游发展趋势等方面对本地区发展旅游业的优势(Strength)、劣势(Weakness)、机遇(Opportunity)和风险(Threat)作出分析(SWOT分析),这是帮助规划编制者把握现状、准确定位的较好的分析方法。

(4) 定性定位。在掌握充分材料并经过科学的、实事求是的综合分析以后,应该对规划整体定性定位,也就是确定规划的主干和核心。

——定“调子”。编制规划的第一步是定性,首先要确定旅游业发展的指导思想,明确规划总体思路。

——定“位子”。给规划定位,一是确定本规划在国民经济中的总体地位、分工和职能,所应该起到的作用;二是给产业本身定位,目标定位、功能定位、形象定位、市场定位,确定本规划在规定期限应该达到的目标,也就是在资源承受、市场可能、社会接受的综合平衡基础上应该达到的目标。

——定“盘子”。一方面是确定旅游业的产业规模,规划应该既有可预见性,又有可操作性,在规划中既有概略的、抽象的定性目标、更应把这些定性目