

辽宁大学工商管理文库

主编 / 高 闯

Tourism
Planning & Exploiting

旅游规划与开发

王宗魁 编著



辽宁大学出版社

WWW.lnupress.com.cn

辽宁大学工商管理文库

旅游规划与开发

王宗魁 编著

辽宁大学出版社

辽宁大学工商管理文库编委会

顾 问 陈佳贵 吕 政 汤云为
赵纯均 程 伟

主 编 高 闯

副主编 唐晓华 胡家诗

委 员 (以姓氏笔画为序)

马 爽 王 宏 刘力钢

李成滨 李续忠 李雪欣

肖 升 张肃珣 赵德志

祝恩民 姚海鑫 黄继忠

总 序

辽宁大学工商管理学院创立于1995年,其前身是始建于50年代初期的东北财经学院工业经济系。学院设有企业管理博士学位授权点,工商管理学科博士后工作站,MBA专业硕士学位授权点及会计学、企业管理、产业经济三个硕士学位点和五个本科专业(方向)。学院现有近80位教师,50%为博士和博士生,青年教师均具有硕士学位,一些人还具有海外留学或访问学者的背景。这些人思维活跃,视域宽广,触角敏锐,拥有崭新的知识框架和扎实的理论功底,对中国经济尤其是企业的管理和发展问题有较为深刻的体察和感受。在完成繁重的教学任务的同时,他们笔耕不辍,积累了一批具有较高质量和学术价值的教学与科研成果。去年初,作为献给新世纪的一份礼物,在经济管理出版社的鼎力支持下,我们推出了一套学术丛书,受到社会关注和学界称道,这无疑使我们增强了自信。今承蒙辽宁大学出版社的厚爱,我们又组织出版了这套文库。

《辽宁大学工商管理文库》的第一批作品包括四部学术专著和四本教材,四部学术专著对跨国公司、企业财务战略、消费者行为和比较会计等诸多领域的前沿问题进行了深度开掘和研讨。20

世纪90年代以来,作为经济全球化最主要的推动者,跨国公司呈现出一种加速度的发展态势。跨国公司的全球扩张给企业发展带来了新机遇。《中国跨国公司论》系统评析了西方跨国公司理论,着重探讨中国跨国公司经营模式、运作方略与制度抉择等问题,力求为中国跨国公司的迅速成长提供指导;竞争环境的不确定性使企业经营的风险加剧,于是,战略问题及其要素进入财务管理研究的领域。《风险环境下的企业财务战略》一书深刻揭示了在风险环境下将企业财务战略引入财务管理领域的必然性。该书以风险与收益关系的理论为基石,根据企业成长不同阶段的财务特征提出了有针对性的财务战略;准确把握消费者的行为变化是制定正确的营销策略的基本前提。《消费者行为新论》一书着重探讨消费者行为的新变化、新特点以及引致这种变化的因素,在此基础上提出相应的营销策略。该书还对政府采购行为、消费热点中的消费者行为以及消费引导、消费者教育等问题进行了探讨;改革开放的20多年里,中国的理论界一直致力于中国会计与世界发达国家会计之间的差异分析,以寻求中国会计改革的方向和出路。《比较会计研究》一书对此做了有益的尝试。该书在全面介绍中外会计理论与方法的基础上,对各国会计之间的差异进行了较深刻的分析比较。最后针对中国会计的现状,设计了提升中国会计水平的对策思路。

教材类的作品涉及到企业管理、会计学 and 旅游规划等领域。《管理学前沿理论》较为系统地评述了20世纪90年代以来经济全球化和信息革命背景下西方管理学界涌现出的一批新理论,具有较强的透析力和前沿性;《公司战略管理》围绕企业竞争战略的制定与实施,给出了一整套当代战略管理的最新原理和方法,对于企业把握未来、提高核心竞争力具有较强的指导意义;《管理会计学》全面介绍了决策会计、执行会计等管理会计的基本理论以及作业

成本法、质量成本会计和战略管理会计等管理会计的新领域,学生可以在该领域得到较系统的训练;《旅游规划与开发》则直面世界旅游事业勃兴的事实,从培养精良的旅游规划人才的基点出发,系统阐述旅游规划与开发的基本理论,着重介绍了都市旅游等十几种专项旅游的规划与开发技术。

这套丛书是我们规划中工商管理文库的第一批著作。今后,我们将陆续推出新著,就教于诸位同仁,交流教学与研究之心得,繁荣我国的管理教育事业,推动企业现代化发展进程。

感谢学界前辈、专家出任文库的顾问,感谢辽宁大学出版社领导和编辑们的大力支持,感谢所有为文库出版付出辛勤劳动的人们!

高岗

2002年4月9日

目 录

1 旅游规划与开发概述/(1)

- 1.1 旅游规划与旅游开发/(1)
- 1.2 旅游规划类型与现状/(4)
- 1.3 旅游规划的目的与特点/(7)
- 1.4 旅游规划的编制与评审/(10)
- 1.5 旅游规划理论基础/(21)

2 旅游产业与整体开发规划/(33)

- 2.1 旅游城市建设/(33)
- 2.2 旅游交通运输业/(40)
- 2.3 旅游通讯和信息业/(44)
- 2.4 旅游住宿业/(46)
- 2.5 旅行社业/(53)
- 2.6 旅游农业/(59)
- 2.7 旅游工业/(71)
- 2.8 旅游商贸及餐饮业/(78)

2.9 旅游文化业/(85)

2.10 旅游安全与卫生/(91)

3. 旅游目标与产品规划/(96)

3.1 旅游产业发展目标/(96)

3.2 旅游产业区域布局/(102)

3.3 旅游产品开发/(105)

3.4 旅游市场开发/(115)

4. 旅游产业发展保障体系/(127)

4.1 旅游产业管理体制/(127)

4.2 旅游产业法规/(135)

4.3 旅游产业政策/(140)

4.4 旅游科技创新/(157)

4.5 旅游人力资源开发/(167)

4.6 旅游资源与环保/(171)

5. 旅游规划大观园/(183)

5.1 都市旅游规划/(183)

5.2 旅游度假区规划/(190)

- 5.3 风景名胜旅游区规划/(194)
- 5.4 自然保护区旅游规划/(197)
- 5.5 森林公园旅游区总体规划/(201)
- 5.6 主题公园规划/(205)
- 5.7 历史城镇旅游规划/(214)
- 5.8 城市公园规划与设计/(222)
- 5.9 旅游景点设计/(229)
- 5.10 园林规划设计/(239)
- 5.11 旅游节庆活动与艺术表演的组织策划/(245)
- 5.12 扶贫旅游开发/(268)

实例一：以黄山为中心的皖南风景名胜旅游区总体规划/(276)

实例二：周庄古镇区旅游规划/(284)

参考文献/(296)

后 记/(297)

1

旅游规划与开发概述

1.1 旅游规划与旅游开发

1.1.1 旅游规划概念

规划(Planning),以人们的思考为依据,安排其行为的过程,是指比较全面的、长远的发展纲要和目标。其一是对某种目标的追求或某种状态的设想,其二是实现该目标或达到该状态的行动步骤。

而旅游规划的定义,我国学者认为是对旅游业及其相关行业未来发展的设想策划。即尽可能合理而有效地分配与利用一切旅游资源以及旅游接待能力、交通运输能力、社会可能向旅游业提供的人力、物力、财力,以使旅游者完美地实现其旅游目的,从而获得发展旅游业的经济、社会和环境效益。而国外学者的观点尚未统一。

墨菲(Murphy,1985):“预测与调节系统内的变化,以促进有序的开发,从而扩大开发过程的社会、经济与环境效益。”盖茨(Getz,1987):“在调查、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。”冈恩(Gunn,1992)则认为,旅游规划的首要目标是满足游客的需要。他采用Davidof和Reiner的规划定义,“是经过一系列选择,决定合适的未来行动的动态的、反馈

的过程,未来的行动不仅指政策的制定,而主要是目标的实现”。

1.1.2 旅游开发概念

开发(Exploitation)是将资源转变为产业的社会劳动过程。

旅游开发,是在一定国土范围内,为吸引和接待旅游者而进行的旅游设施建设和旅游环境培育等综合性的社会和技术经济活动。旅游开发同其他产业开发有着相同性,即开发旅游资源形成旅游产业。但由于旅游业是以招徕、接待旅游者为主要内容,因而比其他产业复杂得多。即根据自己的条件,运用适当的资金、技术手段,通过科学的调查、评价、规划、建设、经营等,使未被利用的资源得以利用,已被利用的资源在深度、广度上得以加强;并对资源、市场、产品、人才等进行综合研究,确定发展方向,搞好相应的设施配套,创造出最佳效益,使旅游业在区域内得以建立、完善、发展和提高。

具体概括为以下几点:

(1)从实际出发,因地制宜,即从景点区域大小以及自然、经济、历史、文化和区位条件出发,按照客观规律,虽无定式,但有计划地进行旅游开发。

(2)旅游开发是一项技术过程,即通过调查、评价、规划、建设、经营等环节完成整体开发。

(3)旅游开发的中心是资源。只有经过开发,才能转化为旅游业所能利用的景点,才能对游客产生吸引力。

(4)旅游开发的出发点是市场、是游客。游客是旅游活动的主体,其消费是旅游经济的来源。

(5)旅游开发综合性很强。一个地区旅游业的各部分、各环节只有得到均衡发展,结构合理规范,才会形成较强的生产力,才会市场上有竞争力。

此外,旅游开发尚具有多元性、多层次和动态性的特点。多元性是指旅游是由六大基本要素组成的复杂物质体系。多层次是指

其空间由大小不同的区域、景区(点)组成,因此在具体运作时应有不同的要求。动态性是指旅游业发展是由小到大、由单一到综合、由粗放到集约化的过程,故在时间段上有着不同的要求和规定。

有学者提出: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。可见,将开发理解为建设,与规划相提并论。故有人主张本学科应是“规划与开发”。事实说明,旅游规划与开发是一个科技过程和整体实践,将资源、评价、策划、设计、经营等做综合性研究,将有利于新学科的建立和发展“大旅游业”。

1.1.3 规划、开发、计划、策划之关系

旅游开发是利用旅游资源,建设各种便利设施,提供各种服务,以期尽量满足人们的各种旅游需要,从而获得最佳的经济、社会、环境效益。这些便利设施和服务有直接为旅游者提供的,也有间接为旅游者提供的。旅游开发是一种粗线条的构想,对旅游开发的目标、步骤、措施和保障等还比较抽象、不具体,需要将它们进一步具体化,这就需要旅游规划来进行具体的构想和安排,可见旅游规划对旅游开发的硬件和软件建设具有实际的指导作用。所以,旅游规划必须服从于旅游开发的总体目标,规划不能脱离开发,旅游开发是旅游规划的主要内容。

旅游规划的进一步具体化和落实需要旅游计划来进行。旅游计划是将旅游规划逐步付诸组织与实施的过程,它相对来说是一种较短期和详细的安排,是以旅游开发和旅游规划为基础和依据的。旅游计划是将旅游规划付诸实施所必须经过的过程,是保证旅游规划有计划、有步骤、有重点地实现的过程。但有时旅游规划和旅游计划难以分开,它们具有相同的内容和作用,尤其是总体旅游规划和长期旅游计划之间往往是一致的。

旅游策划是对某一旅游产品的开发、生产、销售进行详细和具体的谋划、构想,是为了更好地实现旅游产品价值和使用价值所进

行的一项步骤。旅游规划中必须涉及到一些旅游策划的内容,因为旅游规划是从总体和全局来考虑,对旅游产品的生产、开发有一个全面的安排,对旅游策划也有一个总体构想,为以后的具体旅游筹划提供资料、依据和指导思想。但旅游规划并不完全包含旅游策划的内容。

1.2 旅游规划类型与现状

1.2.1 旅游规划的类型

可将旅游规划分为两大类:旅游发展规划和旅游开发建设规划。

(1)旅游发展规划是区域旅游产业或旅游经济发展规划,内容包括确定旅游业在该区域的产业地位、发展目标、发展阶段、总体形象、资源品位、市场定位、总体布局、主导产品、旅游基础和服务设施建设、发展旅游业的战略措施和保障体系。它是该地区国民经济和社会发展规划的组成部分,也是其旅游业发展的战略纲领,对其下属各地方的旅游开发建设具有规范和指导意义。一般为五年以上的中长期规划。

(2)旅游开发建设规划包括旅游区(度假区、风景区、森林公园等)规划设计,内容有可行性研究报告、总体规划大纲、总体规划、控制性详细规划和修建性详细规划等,一般为三五年之内的近期规划和五年以上的中长期规划。

旅游点和旅游设施的建筑设计,内容有度假村、宾馆、主题公园、游乐场、狩猎区、滑雪场、高尔夫球场、探险旅游地等。旅游产品或线路规划,指某一专项或专题旅游产品或线路规划,如长江三峡旅游规划、丝绸之路旅游规划、环太湖之旅规划、雅鲁藏布江大峡谷旅游规划、新疆神秘之旅和南洋风情之旅规划等。另外,重大

旅游节庆、旅游博览活动的策划,甚至重大国内外商务会议、交流活动的策划也可全部或部分地属于旅游开发建设规划的范畴。

以上两者是全局与局部、宏观与微观、整体与部分之间的关系。在编制时序上,一般的规律应是先全局、后局部,先宏观、后微观,先整体、后部分。

这种划分方法是我国很多学者的观点,符合旅游业发展规律。旅游经济是区域经济。一个地区必须首先确定旅游的产业定位、目标定位、市场定位、形象定位、主导产品定位和开发格局定位,然后才可能合理地确定旅游景区、景点、项目和设施建设的布局、类型、功能、档次、规模以及风格等。一个地区内部各个小区在旅游开发上必须相互协调,避同求异,客源互流,产品互补,形成整体优势,才可产生 $1+1>2$ 的互补效应。

再者,我国的“发展、开发建设两分法”的优点还在于,它将旅游规划分为以社会经济规划为主体和以工程建设为主体两大块,客观反映了两大知识群体及其技术背景的区分,也反映出我国旅游规划的技术群体目前基本分立、尚未联合的客观现状。

1.2.2 旅游规划的现状

科学的旅游发展规划是发展旅游业的纲领和蓝图,是实行宏观指导和战略决策的依据,也是进行行业管理的指南。

同时,科学的旅游发展规划是旅游区开发、旅游项目立项的依据,是在市场经济条件下对旅游开发建设宏观调控和行业管理的重要环节,也是进行对外宣传促销,开发招商引资,引导投资方向的重要手段。“规划出思路,思路定项目,项目引资金”,是许多地方行之有效的经验。

但是,随着市场经济的发展,项目开发规划出现了新的形势:一方面,旅游发展的投资主体日趋市场化,许多详细规划难以满足开发商的市场动作需要;另一方面,一些开发商委托经济发展类专家编制的详细规划,又常因未达到有关技术规范要求而遭到规划

局的否决。在项目开发层次上,知识的重新整合已成为市场竞争环境中的迫切需要。旅游规划在项目规划层次上,要求在旅游行为心理、旅游市场竞争、项目策划、旅游地形象、旅游组织、文化艺术、生态环境、工程技术、经济可行性诸方面加强“系统整合”。这既是对传统的详细规划和可行性研究的挑战,同时也为旅游学科、规划学科、经济学科提供了学术发展的机会。旅游规划将随着时代的发展而不断地自我调整,其合理调整的方向将有利于旅游系统的整合,有利于发展与开发建设两大力量的整合,有利于各种规划之间的衔接,有利于多学科的融合,不断以知识的协同来提高旅游经济的竞争力,并合理引导旅游系统的发展。

还有,旅游业的经济性质和产业属性已为国内外人士认同,但其内涵与外延从国家统计部门到业界、学术界均无定论和规范标准,是一个有待深入研究的工作难题和学术课题。世界旅游旅行理事会(WTTC)在1998年发表的《旅游业对经济影响》的报告中使用了“旅游业(或旅游行业)”与“旅游经济”两个概念、两种经济指标。前者指“为旅游者直接提供产品和服务的行业或部门”,而后者指“为旅游者提供产品和服务的行为以及其他对旅游消费活动有较大依赖的行业”。

笔者试从旅游业系统出发提出“旅游行业”与“旅游产业”两个层次的概念。

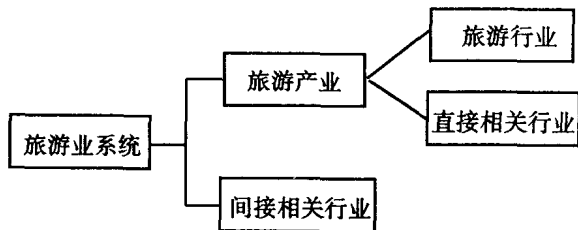


图 1-1

“旅游产业”指旅游行业和为旅游行业直接提供物质、文化、信息、人力和智力服务和支撑的行业和部门。它不仅包括第三产业的许多行业和部门,还包括与旅游业密切相关,为旅游业提供物质或非物质供应和支撑的第一和第二产业的众多行业和部门。“旅游行业”是指其产品主要为旅游产品的行业。换言之,如果没有旅游者,这些行业将没有必要存在。包括旅行社、旅馆业、游览业等。“旅游直接相关行业”包括直接为旅游者提供商品和劳务的交通、旅游、娱乐、饮食、住宿、商业、通讯、社会服务等行业以及旅游院校、旅游研究规划机构、旅游网站等。即与通常所说的广义旅游业相联系。

“旅游间接相关行业”是指不直接向旅游者提供旅游产品,但却向旅游相关行业提供产品,从而间接与旅游相关的行业。其范围非常之广泛,几乎涉及到社会物质和非物质生产部门的各个领域,如建筑业、工业、农业、教育产业等。

旅游行业是以“食、住、行、游、购、娱”六大要素为主要环节的行业链。旅游产业是由旅游业及其紧密结合的众多行业组成的产业群。在编制区域旅游经济发展规划时,要把两者结合起来,既要重点部署和策划旅游行业链的全面发展和管理,也要全面部署和谋划旅游产业群的综合发展和相互协调。

1.3 旅游规划的目的与特点

1.3.1 旅游规划的目的

旅游规划是旅游发展的纲领和蓝图,具有战略性的指导意义。它明确提出旅游发展的方向、规模、速度和目标以及实现目标的对策和措施。随着旅游资源的开发利用、旅游建设的兴起、旅游地和旅游区的形成,旅游发展的各个方面都需要有一个结构合理和彼此相互协调的旅游规划。这是旅游发展的依据。

旅游规划至少有四个目的:

- (1)扩大旅游者的满意程度;
- (2)提高经济和商业效益;
- (3)保护资源财富;
- (4)促进社区和地区的整合。

社区内旅游地开发规划的第一目标是:通过旅游业的经济效益提高当地人民的生活水平;第二目标是:为旅游者和当地居民提供基础设施和娱乐设施;第三目标是:确保旅游地的开发类型符合本社区的意愿以及确保与当地政府及居民的文化、社会和经济追求相一致的开发项目。

总之,旅游规划的目的主要体现在经济、社会、环境三个方面,即体现在尽量满足旅游者、社区、政府各自所追求的利益。旅游在发展过程中,尤其是在旅游资源开发过程中,与社会和文化的矛盾日益突出。如何兼顾进行开发追求经济效益的同时又要注意环保维护社区利益,如何对矛盾体之间进行协调促进各方面有序发展,这就需要旅游规划来解决。

1.3.2 旅游规划的特点

旅游活动的特点决定了旅游规划不同于其他许多部门的规划,其特征主要表现在以下几个方面:

(1)科学性。旅游的发展有其客观存在的规律性,不按规律办事势必阻碍旅游业的发展。这些规律有自然方面的,也有社会和经济方面的,还有国家政策方面的。科学的旅游规划是在了解本国、本地区旅游资源、旅游环境、服务接待设施等情况,以及对了解本国、本地区客源市场的需求和经济发展水平的基础上做出的。只有正确地处理旅游需求与旅游供给之间的矛盾、旅游开发和旅游环保之间的矛盾、旅游者和居民、政府之间的矛盾,才能使主观设计系统和客观存在实际相一致。

(2)地域性。由于旅游资源的分布具有很强的地域性,而旅游