



9 个旅游规划案例，包括 2 个风景区旅游开发总体规划和 7 个区域旅游发展总体规划

旅游规划案例

Luyou
Guihua Anli

保继刚 等著

BOOK

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

旅游规划案例

Luyou
Guihua Anli

保继刚 等著

▼
BOOK
广东旅游出版社
GUANGDONG TOURISM AND TRAVEL PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划案例/保继刚等著. —广州: 广东旅游出版社, 2002.3

ISBN 7-80653-404-0

I. 旅... II. 保... III. 旅游经济-经济规划-案例-中国 IV. F592.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 013833 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

邮购地址: 广州市东华南路 118 号 B201 室

邮编: 510100 电话: 020-83860700 联系人: 王 雯 邹亚洲

广州市穗彩彩印厂印刷

(广州市石溪富全街 18 号)

广东旅游出版社图书网

www.travel-publishing.com

广东旅游网

www.gdtravel.com

787 × 1092 毫米 32 开 26.75 印张 500 千字

2003 年第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 ~ 6000 册

定价: 38.00 元



Luyou Guihua Anli 旅游规划案例



前 言

旅游规划是一门综合性极强的交叉学科,任何其它学科的规划,包括城市规划和建筑规划都不能替代它。我国的旅游规划工作是从20世纪80年代初随着旅游业的发展,是在没有旅游规划规范理论框架指导下,“摸着石头过河”发展起来的。我国的旅游开发是从观光型的初级产品开始,是自然山水、名胜古迹的粗加工后的观光产品,因此早期的旅游规划带有比较显著的资源导向特点。随着旅游的深入发展,这种以资源为导向的规划模式已难以适应市场的需要。旅游度假区的规划,大都由城市规划设计部门完成,套用城市规划模式的痕迹严重。这些规划侧重于硬件建设规划,而对旅游地的定位、目标市场确定、市场需求预测、形象策划、旅游影响等一系列旅游规划中的重要部分却重视不够或完全忽略,结果出现了一些非常城镇化的度假区规划和建设。进入20世纪90年代,特别是90年代后期,针对旅游发展中出现的问题和旅游项目的盲目开发现实,如何理性地发展旅游业,引起了政府、企业和专家学者的关注,各方面开始探讨旅游规划的理论、方法、内容等。在实际规划工作中,专家学者们和各级旅游部门合作,开始探讨在市场经济条件下符合供求关系的综合旅游规划。一方面,旅游规划的编制重点转向以市场和资源为基础,以产品为导向,重点转向市场分析,以实现产品开发与游客需求对应。政府不再是惟一旅游开发主体,转向引导企业对旅游的投资,重视旅游产业规划。另一方面,在成熟的旅游目的地,旅游规划开始重视利益相关者的分析,特别关注某些弱勢的利益相关者,他们往往因为权力的弱小无法维护自身的利益,规划人员逐渐转变成成为协调人和技术援助人员,重视与各利益相关者的交流以及对旅游规划实施的监测、评估和修正。

综合性的旅游规划要求的是需有一个各有所长的专家组来进行规划工作。西方国家咨询业非常发达,并且咨询行业已形成一定的行规,这为规划队伍的组织提供了条件。作为综合性特别强的旅游规划,任何一个公司都很难拥有规划所需要全部人才,考察世界旅游组织帮助组织招标、由外国咨询公司承担的四川省、山东省、云南省、海南省、贵州省旅游发展总体规划的规划专家队伍不难发现,专家组的成员来自不同的公司和不同的国家,每个专家擅长某一方面的工作,在专家组组长的统一协调下围绕总体规划开展工作。我国的咨询公司尚不发达,目前的旅游规划多是由高等学校和科研机构承担,加之我国旅游业发展时间不长,有经验的旅游规划专家的供给与高速发展的旅游业的需求相比缺口很大,这使得旅游规划专家队伍的组织更加困难,进而影响到规划质量和规划水平的提高。但无论如何困难,组

织综合性的规划专家队伍开展旅游规划是我国 21 世纪的旅游规划的大趋势,谁转变得快,谁就有机会掌握主动;反之,则会被市场无情地淘汰。

本书收录由中山大学保继刚教授 1993~2002 年间主持编制的 9 个旅游规划案例,包括 2 个风景区旅游开发总体规划(丹霞山阳元石景区和韶石山景区)和 7 个区域旅游发展总体规划(广东省韶关市、广东省珠海市、广东省东莞市、湖北省黄石市、广西壮族自治区桂林市、江苏省苏州市、湖北省)。在 7 个区域旅游发展规划案例中,韶关市是旅游资源丰富,区位条件较好,区域经济相对不发达的类型;珠海市是旅游资源较丰富,区位条件优越,区域经济相对发达,以城市旅游发展为主的类型;东莞市是区域经济相当发达,区位条件优越但旅游资源相对贫乏的类型;黄石市是一个老工业城市;桂林市是一个传统的比较成熟的旅游目的地;苏州市是一个正受到长江三角洲经济格局重组影响的老牌旅游目的地;湖北省的旅游正处于起飞的前夜。这 9 个案例都有一定的典型意义。

编辑这本规划案例的目的,一是对我们过去 10 年的规划作总结,希望达到温故而知新之效;二是将这些案例集中起来,希望同行专家不吝赐教,帮助我们不断提高。

为了突出各个文本的特色,在这些案例的编辑过程中,我们没有严格按照原文本结构框架进行删减,而是尽量保留原文本特色,删减一般性描述。

收入本书的 9 个规划案例代表的是规划组的思想,各地的规划以政府批准实施的为准。

旅游规划的发展离不开科研的支持,大量的旅游规划实践同时给我们提供了进行旅游科学研究的机会。多年来,在繁忙的旅游规划实践的同时,我们始终保持着对理论的探求,本书中收录的论文目录就是在这些规划过程中完成的较有代表性的研究成果。

国家旅游局规划发展与财务司司长魏小安先生是中国最早开始研究旅游的学者之一,20 世纪 80 年代中期就发表了大量旅游经济的论文,到国家旅游局任职之后,仍然保持着学者的学术追求,著述颇丰,这次欣然为本书作序,我们深表谢意!

本书编辑工作由保继刚(前言、第一、第二、第四章)、戴光全(第三章)、朱竑(第五、第六章)、徐红罡(第七章)、陶伟(第八章)、徐红罡和张朝枝(第九章)负责,最后由保继刚、戴光全、张朝枝定稿。

编 者

2002 年 10 月

魏小安（代序）

中山大学旅游发展与规划研究中心根据多年来的工作经验，编辑了一本《旅游规划案例》，保继刚教授嘱我为之说几句话。为此，我就近年来对旅游规划工作的一些看法提出来，希望对本书阅读有所帮助。

首先，旅游规划比较“热”。这些年旅游规划比较热，但就整个旅游市场来说，它只是一个小的热点而已。对此，我们应该有一个客观的判断。之所以“热”，我认为有这么几个原因：一是旅游大发展的形势，使旅游规划的重要性的对旅游规划的需求超越了任何一个时期，也就是旅游大发展产生了推进旅游规划的作用。二是我们正处在一个特殊阶段，正好是“九五”计划结束，“十五”计划开端。所以，从国家到省，一直到市县，都面临着作“十五”规划的任务，自然而然也就产生了对旅游规划旺盛的需求。

其次，旅游规划比较“难”。任何规划都有难度，而旅游规划和其它的经济、技术、城市等规划有不同，综合性强，也就意味着难度更大。从规划本身来说，它面临三个困难，四种眼光，也正因为这三个困难与四种眼光，所以使有些意识有不相同之处。这三个困难第一就是同质化的产品，差异化的规划；第二就是低层次的现状，高层次的规划；第三是政府委托，专家规划。这四种眼光第一就是专家的眼光，第二是旅游者的眼光，第三是开发者的眼光，第四是当地领导和各个部门的眼光。从规划者来说，每一种眼光都是各有各的偏颇之处，在这些眼光里只能取一个，这是很大的一个难度。另一方面，在开发上实际上也有四种眼光。第一种眼光是文人的眼光，也就是说专家性的眼光。第二种眼光是官人的眼光。第三种眼光就是富人的眼光，包括一部分洋人的眼光，某种程度上也是富人的眼光。最后一个眼光是穷人的眼光，当地老百姓第一要生存，第二要发展，穷人守着这么好的旅游资源不开发，怎么可能？这四种眼光都考虑，这也是一个很大的难度。基于以上一些因素，所以旅游规划比较“难”。

第三，旅游规划比较“烦”。从供给的角度来看，旅游规划工作者就是生产者，可他又不是简单的生产者，他还要兼顾三方面的积极性，达到三个目的，即兼顾地方行政长官、当地群众以及开发商三个方面积极性，达到替政府要钱、让开发商赚钱、为自己挣钱的三个目的。这对规划者而言，有时并不完全是规划技术问题，所以旅游规划比较“烦”。也正因为“烦”，所以这就需要旅游规划者们不断探索，不断总结与提高。

保继刚教授是国内很有影响的旅游规划专家，《旅游规划案例》收录了他自1993年以来所主持的主要规划，基本上反映了我国近年来旅游规划的发展轨迹，也反映他的不断总结与提高。读此书，知中国旅游规划。

是以为序。

目 录

第一章 丹霞山阳元石景区旅游开发总体规划	(1)
一、规划背景	(1)
二、规划述评	(2)
(一) 规划的核心问题	(2)
(二) 规划思路	(2)
(三) 回顾评价	(3)
三、规划提要	(4)
(一) 现状	(4)
(二) 阳元石景区旅游资源评价	(5)
(三) 规划范围、性质及指导思想	(7)
(四) 资源保护规划	(8)
(五) 风景植被抚育和园林绿化规划	(8)
(六) 道路交通规划	(10)
(七) 人文景物的维护与利用	(10)
(八) 旅游服务和管理设施规划	(11)
(九) 电力、电讯规划	(12)
(十) 给排水规划	(12)
(十一) 近期建设及投资估算	(13)
(十二) 管理规划	(14)
第二章 韶关市旅游发展规划纲要	(16)
一、评审意见	(16)
二、规划背景	(17)
三、规划述评	(18)
(一) 规划的核心问题	(18)
(二) 规划思路	(18)
(三) 回顾评价	(18)
四、规划提要	(19)
(一) 背景综述	(19)
(二) 旅游发展现状评估	(19)

(三) 旅游市场分析	(22)
(四) 旅游资源开发布局规划	(30)
(五) 旅游项目建设布局规划	(32)
(六) 旅游市场开拓规划	(37)
(七) 旅游发展综合规划目标	(41)
(八) 旅游发展基本对策	(41)
第三章 韶石山生态旅游区总体规划	(44)
一、评审意见	(44)
二、规划背景	(45)
三、规划述评	(47)
(一) 规划的核心问题	(47)
(二) 规划的思路	(47)
(三) 回顾与评价	(48)
四、规划提要	(48)
(一) 景区现状分析	(48)
(二) 风景资源评价	(54)
(三) 景区范围、性质与发展目标	(55)
(四) 景区分区、结构与布局	(56)
(五) 景区容量、人口及生态原则	(59)
(六) 保护培育规划	(61)
(七) 风景游赏规划	(65)
(八) 典型景观规划	(69)
(九) 游览设施规划	(70)
(十) 基础工程规划	(72)
(十一) 经济发展引导规划	(74)
(十二) 土地利用协调规划	(75)
(十三) 分期发展规划	(77)
第四章 珠海市旅游发展规划	(82)
一、评审意见	(82)
二、规划背景	(84)
三、规划述评	(84)
(一) 规划的核心问题	(84)
(二) 规划思路	(84)
(三) 回顾评价	(85)

四、规划提要	(85)
(一) 序言	(85)
(二) 旅游业发展条件与发展现状评估	(87)
(三) 市场需求分析及规划	(89)
(四) 市场供给分析与规划	(95)
(五) 旅游发展目标、模式及驱动机制	(103)
(六) 对策与措施	(104)
第五章 黄石旅游发展规划	(106)
一、评审意见	(106)
二、规划背景	(107)
三、规划述评	(108)
(一) 规划的核心问题	(109)
(二) 规划思路	(109)
(三) 回顾评价	(110)
四、规划提要	(111)
(一) 序言	(111)
(二) 旅游业发展条件与旅游资源评价	(111)
(三) 旅游市场的宏观定位、需求与规划	(116)
(四) 黄石旅游市场供给分析与规划——旅游资源	(125)
(五) 旅游市场供给分析与规划——旅游服务设施及人才	(133)
(六) 旅游形象定位及形象策划	(138)
(七) 旅游发展目标与模式	(139)
(八) 对策与措施	(140)
第六章 东莞市旅游规划	(142)
一、评审意见	(142)
二、规划背景	(143)
三、规划述评	(145)
(一) 规划的核心问题	(145)
(二) 规划思路	(145)
(三) 回顾评价	(146)
四、规划提要	(147)
(一) 前言	(147)
(二) 背景条件及旅游资源评估	(149)
(三) 旅游业发展状况评估	(156)

(四) 客源市场及出游市场分析	(161)
(五) 客源市场及出游市场分析	(167)
(六) 旅游市场供给与规划——旅游产品	(168)
(七) 旅游市场供给与规划——设施配套及环境	(175)
(八) 东莞旅游形象分析与定位	(182)
(九) 旅游发展总体战略	(183)
第七章 桂林旅游发展总体规划	(188)
一、评审意见	(188)
二、规划背景	(190)
三、规划述评	(190)
(一) 规划的核心问题	(190)
(二) 规划的思路	(193)
四、规划提要	(194)
(一) 桂林旅游发展的基本条件分析	(195)
(二) 客源市场形象分析	(197)
(三) 桂林旅游发展战略	(200)
(四) 桂林旅游形象塑造	(213)
(五) 桂林旅游产品空间布局规划	(218)
(六) 桂林市区城市旅游的发展	(226)
(七) 主要旅游目的地概念规划	(230)
(八) 旅游产业发展规划	(232)
(九) 旅游资源的保护规划	(253)
第八章 苏州市旅游总体规划	(257)
一、评审意见	(257)
二、规划背景	(259)
三、规划述评	(260)
(一) 规划的核心问题	(260)
(二) 规划思路	(260)
四、规划提要	(261)
(一) 苏州旅游发展的 SWOT 分析与总体战略	(261)
(二) 苏州旅游发展的时空布局	(270)
(三) 苏州旅游发展的总体形象策划	(277)
(四) 苏州旅游客源市场分析	(279)
(五) 苏州旅游业重点发展规划	(287)

(六) 苏州旅游产业要素规划	(311)
第九章 湖北旅游发展总体规划	(320)
一、评审意见	(321)
二、规划背景	(322)
三、规划述评	(323)
(一) 主要问题	(323)
(二) 规划思路	(324)
(三) 希望达到的效果	(326)
四、规划成果	(326)
五、规划提要	(327)
(一) 湖北省旅游发展的特点与 SWOT 分析	(327)
(二) 湖北省旅游发展战略与区域战略实施	(336)
(三) 湖北省旅游产业与产品发展规划	(351)
(四) 湖北省旅游形象定位与旅游市场营销	(361)
(五) 湖北省旅游环境保护与旅游基础设施建设	(378)
(六) 湖北省旅游发展保障体系	(388)
 附录 1: 中山大学旅游发展与规划研究中心主要研究项目	 (402)
附录 2: 中山大学旅游发展与规划研究中心主持的主要规划项目	(403)
附录 3: 中山大学旅游发展与规划研究中心组织的主要学术会议	(404)
附录 4: 中山大学旅游发展与规划研究中心成员主要学术成果	(405)

表格目录

表 1.1	各类型风景植被面积	(9)
表 1.2	阳元石景区内游览道	(11)
表 1.3	近期旅游服务和管理设施规划	(11)
表 1.4	远期旅游服务和管理设施用地规划	(12)
表 1.5	规划用水标准	(13)
表 1.6	近期建设项目及投资估算	(13)
表 1.7	建议门票收入分成方案	(14)
表 2.1	韶关市旅游接待人数、营业收入增加情况	(20)
表 2.2	韶关市港、澳、台、华侨、外国游客增长情况	(22)
表 2.3	韶关市国内游客增长情况	(22)
表 2.4	1992~1993 年韶关市自组团增长状况	(23)
表 2.5	1992 年广东省各城市境外游客接待及外汇收入情况	(23)
表 2.6	韶关市 1991 年客源结构	(25)
表 2.7	韶关市 1991 年外国游客地理结构	(25)
表 2.8	1991 年韶关市各县接待过夜旅游者人数	(26)
表 2.9	风华大酒店 1993 年 1~12 月广东省住宿者地理分布	(27)
表 2.10	风华大酒店 1993 年 1~12 月省外住宿者地理分布	(27)
表 2.11	丹霞山历年游客量	(28)
表 2.12	芙蓉乐园经营情况	(34)
表 2.13	芙蓉乐园游客年龄分析(调查时间:1994 年 5 月 8 日)	(35)
表 2.14	芙蓉乐园游客地区分布(调查时间:1994 年 5 月 8 日)	(35)
表 2.15	韶关市 1992 年末人口情况	(36)
表 2.16	分阶段市场开拓重点区域	(39)
表 2.17	近期市场开拓目标	(39)
表 3.1	韶石山生态旅游区总体规划框架	(49)
表 3.2	韶石山与大丹霞山旅游业开发条件一级指标比较	(51)
表 3.3	韶石山旅游开发可能引起的利弊及其对策要点	(52)
表 3.4	景源评分等级统计表	(54)
表 3.5	景区划分及各景区面积	(56)
表 3.6	景区生态容量测算结果	(59)

表 3.7	景区游人容量测算结果	(60)
表 3.8	风景保育的主要资源和对象	(61)
表 3.9	风景保护分类及其保护规定要点	(62)
表 3.10	风景保护分级及其保护规定要点	(62)
表 3.11	旅游区近期游人合理容量控制	(63)
表 3.12	保持旅游区自然特色的技术原则与措施	(64)
表 3.13	游赏项目类别	(66)
表 3.14	风景单元组织要点	(66)
表 3.15	游线组织要点	(67)
表 3.16	游程安排设计要点	(68)
表 3.17	近期客源市场开发的指导方案	(70)
表 3.18	旅游产品的主要目标市场定位	(71)
表 3.19	游览设施配备	(72)
表 3.20	旅游区内部用水标准及给排水预测	(74)
表 3.21	主要用地地块的综合评估结果	(76)
表 3.22	风景游赏用地细分	(76)
表 3.23	用地平衡表	(77)
表 3.24	近期发展目标、重点与主要内容	(78)
表 3.25	近期建设项目、规模和投资估算	(78)
表 3.26	中期发展目标、重点与主要内容	(79)
表 3.27	中期建设项目、规模和投资框算	(79)
表 3.28	远期、远景发展目标、重点与主要内容	(80)
表 3.29	投资收益预测结果	(80)
表 4.1	访珠游客停留时间	(90)
表 4.2	澳门环岛游 1991~1996 年游客情况	(93)
表 4.3	珠海市客源市场的影响因素	(94)
表 4.4	酒店与招待所情况总汇	(99)
表 5.1	黄石市国内生产总值及产业结构	(111)
表 5.2	黄石各月温湿指数表	(112)
表 5.3	生理气候评价指标	(112)
表 5.4	金花大酒店住宿者地域分布	(117)
表 5.5	黄石市的职业结构	(118)
表 5.6	游客就餐行为特点	(120)
表 5.7	影响客源市场的因素提要	(124)
表 6.1	东莞、深圳、广州、珠海舒适指数比较	(150)
表 6.2	东莞市旅游资源类型数及其在全国的比例	(154)

表 6.3	1998 年东莞与广东省、全国旅游产业规模的对比情况	(157)
表 6.4	1990 年以来东莞接待过夜游客变化情况	(161)
表 6.5	1999 ~ 2000 年东莞双龙酒店接待游客数量的季节变动	(162)
表 6.6	20 世纪 90 年代东莞市海外游客构成变动	(162)
表 6.7	东莞市国外游客洲际构成	(163)
表 6.8	东莞本地人游憩活动偏好	(166)
表 6.9	游客对东莞的城市印象	(166)
表 6.10	东莞市展馆展场规模及设施	(169)
表 6.11	东莞部分环境指标与广东省“九五”环保计划指标比	(181)
表 6.12	1998 年广东省城市环境综合整治定量考核结果	(181)
表 6.13	广东四大名园情况	(186)
表 7.1	桂林国内游客主要客源地	(199)
表 7.2	对现有政策思路的评价	(202)
表 7.3	旅游业增加值的指标	(212)
表 7.4	游客总量预测	(213)
表 7.5	旅游地内部的形象分区及其形象传播特征	(215)
表 7.6	对外信息传播应采取的策略	(216)
表 7.7	桂林市主要旅游产品结构调整的规划趋势	(218)
表 7.8	桂林市主要旅游产品的诊断分析	(219)
表 7.9	桂林市的优先开发旅游景观产品一览表	(224)
表 7.10	桂林市的次级优先旅游景观产品一览表	(225)
表 7.11	桂林市 1998 年国民经济各部门的构成情况表	(233)
表 7.12	桂林旅游业的产业构成	(234)
表 7.13	1997 年珠海市旅游经济总量与比重	(235)
表 7.14	桂林及珠海市的国际旅游收入比较 (万美元)	(235)
表 7.15	桂林、珠海入境旅游在全国的地位比较	(236)
表 7.16	1998 年原桂林市国民经济各部门为满足旅游者花费 所提供的直接投入结构	(237)
表 7.17	原桂林国民经济各部门为满足旅游者花费提供的 直接投入占该部门总产出的比重	(238)
表 7.18	1998 年原桂林市国民经济各部门为满足旅游者花费而投入 的全部价值量	(239)
表 7.19	原桂林国民经济各部门为满足旅游者花费所提供的完全投入 占该部门总产出的比重	(241)
表 7.20	1998 年原桂林市的旅游服务产品销售到国民经济各部门的价值量 及其比重	(242)

表 7.21	旅游交通规划近期行动 (2001 ~ 2005 年)	(246)
表 7.22	住宿业规划近期行动 (2001 ~ 2005 年)	(247)
表 7.23	旅行社规划近期行动 (2001 ~ 2005 年)	(249)
表 7.24	旅游科技规划近期行动	(252)
表 7.25	重点景区的风险和环境容量	(253)
表 8.1	苏州旅游发展的历史分期	(262)
表 8.2	对苏州游客的出游目的调查	(271)
表 8.3	苏州旅游区划结构	(275)
表 8.4	苏州一二级旅游区主题形象定位	(280)
表 8.5	苏州国内游客在全国的市场比重	(283)
表 8.6	苏州海外游客数量在全国的市场比重	(284)
表 8.7	苏州与全国出游情况比较	(285)
表 8.8	主题旅游产品的发展和促销	(287)
表 8.9	苏州市区十个特色旅游区的发展规划	(295)
表 8.10	迪斯尼乐园/环球影城在苏州和上海选址的情况比较	(297)
表 8.11	苏州文化资源发展潜力评估	(299)
表 8.12	苏州文化艺术概况	(304)
表 8.13	苏州 1997 年、1999 年举办的旅游节庆活动	(305)
表 8.14	苏州主要旅游湖泊的旅游产品开发方向	(310)
表 8.15	适宜水上运动开发的主要湖泊与主要运动项目对照时序安排	(311)
表 8.16	涉外星级酒店客房需求预测	(313)
表 8.17	客房增长量预测 (单位: 间)	(313)
表 8.18	1999 年苏州、江苏国内各类游客旅游中购物开销在总费用中的比例构成	(314)
表 8.19	1999 年海外各类游客在苏州的人均天购物花费占总开支的构成	(314)
表 9.1	湖北省旅游发展的区域背景条件分析	(327)
表 9.2	湖北省旅游发展阶段分析	(329)
表 9.3	湖北省观光旅游产品的现状评估	(332)
表 9.4	湖北省度假旅游产品的现状评估	(332)
表 9.5	湖北省新兴特色旅游产品的现状评估	(334)
表 9.6	湖北省入境游客总数中外国人、华侨和港澳台同胞的比重情况	(335)
表 9.7	2000 年湖北省旅游发展综合指标与周边省份及发达省份比较	(335)
表 9.8	湖北省旅游发展战略指标	(340)
表 9.9	湖北省旅游区划结构	(344)
表 9.10	湖北省考虑优先开发的旅游商品一览表	(355)
表 9.11	湖北省旅游产品结构调整的规划趋势	(356)

表 9.12	湖北省旅游精品工程体系规划·····	(358)
表 9.13	国内游客对湖北的感知形象分组·····	(363)
表 9.14	湖北旅游形象代表性景观镜头·····	(368)
表 9.15	湖北重点旅游区旅游主题形象定位·····	(370)
表 9.16	湖北省旅游解说系统近期行动总体安排·····	(371)
表 9.17	产品—市场增长战略·····	(372)
表 9.18	湖北省主要国内客源市场·····	(374)
表 9.19	湖北省国内旅游收益目标·····	(374)
表 9.20	湖北省分阶段营销战略·····	(375)
表 9.21	近、中、远期湖北省海外客源市场分级·····	(376)
表 9.22	海外游客数量、停留时间、人均旅游消费额度目标·····	(377)
表 9.23	湖北省海外旅游市场营销各阶段战略要点·····	(377)
表 9.24	湖北典型案例区旅游社会文化影响分析·····	(378)
表 9.25	主要旅游区社会影响控制·····	(379)
表 9.26	湖北省旅游集散中心规划·····	(384)
表 9.27	湖北省旅游公共基础设施规划·····	(387)
表 9.28	现行几种旅游行政管理体制比较·····	(388)
表 9.29	湖北部分旅游行业人才类型的现状与需求趋势·····	(392)
表 9.30	湖北省旅游人力资源开发时序规划简表·····	(395)
表 9.31	旅游发展资金的筹措渠道·····	(397)