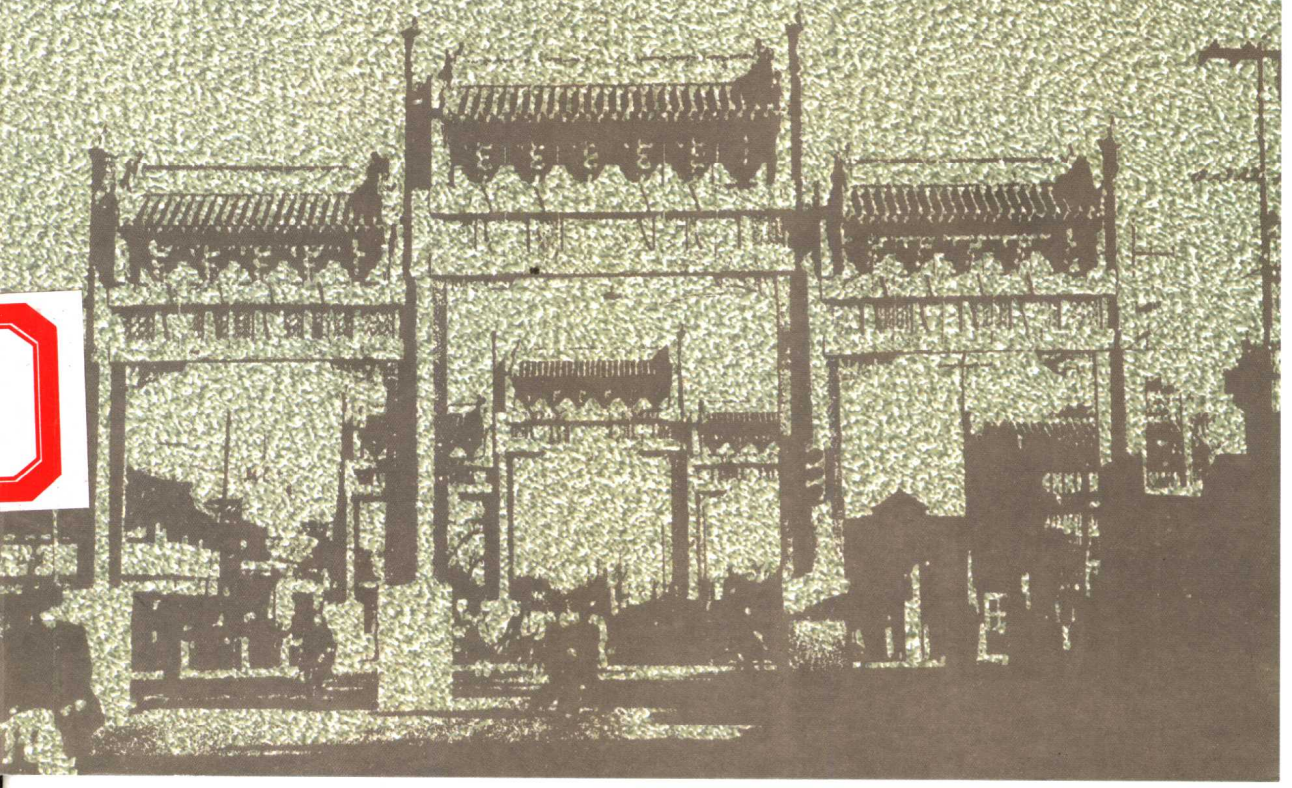
TOURISM PLANNING

旅游规划

任黎秀　主编

中国林业出版社



旅游规划

任黎秀　主编

中国林业出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划/任黎秀主编. —北京:中国林业出版社,2002.2
ISBN 7-5038-2808-0

Ⅰ.旅… Ⅱ.任… Ⅲ.旅游经济-经济规划 Ⅳ.F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 005537 号

出版:中国林业出版社(100009 北京西城区刘海胡同 7 号)
E-mail:cfphz@public.bta.net.cn 电话:66184477
发行:新华书店北京发行所
印刷:北京地质印刷厂
版次:2002 年 2 月第 1 版
印次:2002 年 2 月第 1 次
开本:787mm×960mm 1/16
印张:16.25
字数:290 千字
印数:1～5000 册
定价:22.50 元

《旅游专业系列教材》编委会

主　　编

喻学才

常务编委

张　捷　黄震方　华国梁　魏向东　李亚非

叶骁军　江南凯　蔡玉洗　喻学才

编　　委

张树夫　王肇和　陆志东　魏向东　刘树凤

朱　敏　储九志　叶骁军　李亚非　华国梁

黄震方　张　捷　喻学才　王苏平

序

如果说20世纪的最后20年是中国旅游业的起步阶段，那么21世纪的第一个10年将是中国旅游业蓬勃发展的时期。在过去的20年里，中国旅游业完成了由外事接待型向服务产业型，由旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性转变。本世纪的第一个10年，或者花更多一点时间，中国旅游业将完成由亚洲旅游大国向世界旅游大国的历史性跨越，从而实现成为世界最大旅游接待地的宏伟目标。

中国是一个有着5000年悠久历史的文明古国，中华民族积淀有丰厚的旅游文化底蕴，但过去它只是作为一种文化遗产形态而存在。古代的所有旅行、旅游活动，都只具社会文化意义，较少经济的成份。20世纪二三十年代，虽然也有国际旅游，但由于战乱频繁而并未顺利成长为一种产业。最近20年来，中国的旅游却是以全新的产业化面貌出现在世人的面前。对于我们这个虽然有着悠久的旅游传统却缺少旅游产业化经验的国家而言，全国性发展旅游业真是开天辟地第一回。

首先，我们需要在旅游产业化的制度层面上和国际社会诸旅游大国接轨，否则我们将无法融入到全球大市场中去。20年来我们的旅游产业发展过程就是一部不断挣脱计划经济的桎梏，同时又努力和国际旅游市场经济制度接轨的历史。其次，我们需要在旅游产业化的物质层面上和国际接轨，即旅游产业化所必须的旅游设施应遵循国际惯例。否则我们将会遇到“书不同文、车不同轨”式的麻烦，以致拒人于千里之外。第三，我们需要一批又一批高素质的旅游从业人员，来推动中国的旅游产业。否则我们将会毁掉祖先留下的资源，失掉改革开放争得的市场。因此，在中国，旅游教育便十分自然、十分紧迫地被提上了议事日程。

一般人会认为通过高等旅游教育，培养高素质的旅游从业人员十分重要。其实，我们的各级领导干部，尤其是主抓旅游产业的领导干部；我们的国民，特别是旅游景区内的国民，都有自觉接受旅游教育的义务。《儒林外史》上说，南京城连挑大粪的人身上都有六朝烟水气。可见一个普通公民的素质如何会直接或间接影响旅游景区的对外形象，或曰旅游地形象。所以普及旅游知识，提高从业水平，惟其如此，中国丰富灿烂的旅游资源才会最大限度地得到科学维护和永续利用，中国优良的文化传统才会最大限度地走向世界并得到史无前例的弘扬。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

也许有人会问：新千年伊始，旅游教育又有何新特点呢？答曰：2000年中国旅游业最大的变化是国内旅游迅猛发展，增长速度令世人惊诧。今年五一节7天假日内，全国范围接待旅游者4700万人次，旅游收入181亿美元。近5年来，全国已有24个省市将旅游业作为第三产业中的支柱产业、先导产业来发展。旅游开发规划热和国内旅游热，加上西部大开发的时代机缘，势必给旅游教育打上新的时代烙印，这就是全民旅游教育时代的来临。

奉献在您面前的这套高等院校旅游专业系列教材就是以服务全民旅游教育为宗旨的旅游知识读本。本套教材包括《旅游概论》、《旅游文化》、《旅游经济》、《旅游资源》、《旅游英语》、《旅游规划》、《旅游饭店管理》、《旅行社管理》、《旅游心理》、《旅游客源地》、《旅游市场营销》、《旅游法规》等。

本套教材致力于贯彻科研成果应用化和教学心得理论化相结合的原则；创造意识培养和创新能力训练相结合的原则；基本学科原理和行业、产业实际相结合的原则。考虑到旅游学科边缘性强的特点，还致力于贯彻文理工管互相渗透的原则。

本套教材立足于总结学科发展轨迹这样一个高度，对本世纪人类，特别是改革开放以来中国人民在从事旅游业和旅游教育中所取得的经验和教训，进行综述性扫描，力求给读者展现一幅全景式的“画卷”。

本套教材注重大信息量和大众化风格的追求。同时，参考借鉴了欧、美国家经典教材的成功经验，并力争在编写体例上有所超越。特别是在内容安排和案例引用上避免了地方性局限，以满足全国范围内各区域、各层次的读者要求。

自然，我们也十分清楚，由于旅游学科是一个十分年轻的学科，基础理论研究尚觉薄弱，而实际操作应用又需求过旺；当然，最主要的还是我们本身水平的局限，这套教材离我们所期望的目标还有距离，离学界同仁和广大读者的要求更有差距。我们诚挚地期待着大家的批评指正。我们也将密切关注旅游产业、旅游科研和旅游教育的每一步新进展，并通过修订增补，使这套教材不断完善和充满生命力，从而为我们伟大的祖国实现世界旅游大国这一宏伟目标贡献绵薄之力，为全民旅游教育做一点基础性工作。

2000年8月于东南大学旅游研究所

前　言

世界贸易组织（WTO）第四届部长级会议，2001年11月10日在卡塔尔首都多哈，审议通过了中国加入世贸组织的决定。这标志着我国对外开放进入了一个新的发展阶段。旅游业是中国经济的重要组成部分，是对外交流的窗口，它将直接面对国际竞争的挑战而成为颇具生机的阳光产业。

旅游规划由区域规划理论及管理科学理论繁衍而来，并已形成独立体系，直接服务和指导着不同旅游地走入旅游产品创新。不同学者对旅游规划的研究已取得丰硕成果，旅游业管理人员对规划的重要性认识也有了长足发展。但如何使旅游规划具有严格的规范性和更强的可操作性，人们一直在探索之中。本书力求在以上两点有所突破，并参照国家建设部和国家旅游局分别出台的旅游规划规范，融合最新研究动态，力求从具体实例中反映新观点、新理论和新方法，反映规划的可操作性。

本书为高校旅游专业系列教材之一，也可作为旅游从业人员的培训和自学教材，可作为与旅游相关学科研究人员和工作人员的参考书。

本书共分12章。第一至四章，主要论述旅游规划的基础理论、基本内容、基本方法；制定旅游发展战略与目标的具体手法；以及旅游规划前期对旅游资源、客源市场基础资料的搜集、整理与分析。第五至十章主要，阐述在旅游规划的各个不同阶段，旅游企业单位需做的不同规划，包括发展规划、总体规划、详细规划、环境规划、建筑工程规划、产业规划。第十一至十二章，主要介绍规划图，以及规划的实施与管理，和指导部分旅游规划的标准文件。

本书由任黎秀主编，负责拟纲、修改、定稿和统稿。杨达源、赵媛、黄羊山、王跃、封志明、宋平参与大纲设计讨论。各章执笔人员分别是：第一章、第二章，南京大学任黎秀；第三章，扬州大学，封志明；第四章，苏州大学王专，第五章，南京大学杨达源；第六章，南京经济学院徐菲菲；第七章，南京大学焦泽阳；第八章，苏州铁道师范学院王跃；第九章，南京大学任黎秀、南京师范大学赵媛、南京经济学院徐菲菲；第十章，南京师范大学赵媛；第十一章南京大学谈俊忠；第十二章，张兆干。喻学才教授担任主审。

在编撰过程中，南京大学王本炎教授、张捷教授、马永立教授给予了热情指导和帮助。王本炎教授对本书的大纲和部分章节提出了宝贵的修改意见，马永立教授对旅游地图章节作了修改。冒宇晨研究生帮助整理了部分章节。本

书引用了国内外学者的著作和论文，限于篇幅只列出部分，在此一并感谢！

2002 年 2 月

目　录

第一章　绪论……（1）
第一节　旅游规划及其发展史……（1）
第二节　旅游规划的理论基础……（7）
第三节　旅游规划的特点、类型和内容……（11）
第二章　旅游发展战略……（25）
第一节　旅游发展战略及其制定原则……（25）
第二节　旅游发展战略模式……（32）
第三章　旅游资源调查、评价与开发……（35）
第一节　旅游资源调查……（35）
第二节　旅游资源评价……（39）
第三节　旅游资源开发……（48）
第四章　客源市场调查与规模预测……（57）
第一节　客源市场调查……（57）
第二节　客源市场的规模预测……（67）
第五章　旅游发展规划……（85）
第一节　旅游发展规划的基本内容……（85）
第二节　旅游发展规划的基本原则……（91）
第三节　旅游发展规划的工作程序……（95）
第六章　旅游总体规划……（105）
第一节　旅游总体规划的基本内容和要求……（105）
第二节　旅游地性质与范围的确定……（108）
第三节　旅游区土地利用规划……（110）
第四节　旅游地的功能分区……（116）
第五节　旅游地的形象策划与营销……（119）
第七章　旅游详细规划……（124）
第一节　旅游控制性详细规划……（124）
第二节　旅游修建性详细规划……（128）
第八章　旅游环境规划……（131）
第一节　旅游与环境……（131）

第二节 旅游环境规划的内容与编制…… (142)
第九章 旅游基础工程规划…… (161)
第一节 旅游交通运输规划…… (161)
第二节 旅游地给、排水工程规划…… (177)
第三节 旅游地防洪工程规划…… (186)
第四节 旅游地供电、通讯工程规划…… (188)
第十章 旅游设施规划…… (194)
第一节 旅行社规划…… (194)
第二节 旅游食宿规模与布局规划…… (197)
第三节 旅游商品设计与商店布局规划…… (206)
第四节 旅游康体游憩设施规划…… (210)
第十一章 旅游规划图编制…… (215)
第一节 旅游规划图的特征与种类…… (215)
第二节 旅游规划图的组成要素及其表示…… (217)
第三节 旅游规划图地理底图的设计…… (219)
第四节 旅游规划图表示方法的设计…… (220)
第十二章 旅游规划的实施与管理…… (229)
第一节 旅游规划的实施…… (229)
第二节 旅游规划的管理…… (235)
参考书目

第一章　绪　论

旅游规划是从区域规划理论及管理科学理论中衍生而来的一种全新理念，是从国民经济发展规划、国土规划和城市规划中剥离出来的产业规划，具有很强的综合性和实践性，但又与上述规划有着不同专业特点、自成体系的基本概念、基本理论和基本内容及方法。

第一节　旅游规划及其发展史

一、旅游规划的概念和意义

（一）旅游规划的概念

“规划”（Planning）有人称做“策划”，它与“谋划”“筹划”“计划”等近义，经常被替换和混用。规划是对未来各种长远活动方案的选择，具有宏观性、长远性、战略性和预测性。谋划、筹划、计划则相对内容具体、时间短、涉及面窄，是根据规划做具体实施的部署。规划通常兼有两层含义：一是描绘未来，即规划是人们根据现在的认识对未来目标和发展状态的构想；二是行为决策，即实现未来目标或达到未来发展状态的行动顺序和步骤的决策。

规划与不同的词语搭配则形成不同的内涵，如风景区规划、城市规划、用地规划、园林规划、环境保护规划、文物保护规划等。每个行业、每个部门又从自己的实际工作出发编制发展规划。

“旅游规划”（Tourism Planning）是从区域规划理论及管理科学理论衍生而来。顾名思义就是对旅游地进行规划。任何一个旅游地，不论地处经济发达的城市地区，还是贫穷落后的山区、乡村地区，社会经济发展方向和可能达到的今后旅游发展目标，都可以在调查研究基础上，按不同旅游客源市场的社会需求，选择和确定适合规划范围未来的旅游发展目标和旅游建设的总体蓝图。因此，旅游规划就是规划者根据旅游地的旅游资源特点，以旅游市场的社会需求变化和旅游产品设计为重点，按国民经济发展要求和当地旅游业发展基础，对旅游地六大消费要素及相关行业的有关开发、保护、管理等内容的未来设想方案进行科学编排、组合的选择过程。简言之，旅游规划即是对旅游地的未来发展目标和方案在调查评价基础上又进行科学编排、组合

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

的选择过程。而旅游规划属国民经济发展中的产业规划，因此，又可称做旅游产业规划。

不同的学者对旅游规划的概念给予了不同的定义。

墨菲（Murphy，1985年）的定义是："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。"它是一个连续的操作过程，以达到某一目标或平衡几个目标。

盖茨（Getz，1987年）的定义是："在调查研究与评价的基础上，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年）认为：旅游业起源于游客对旅游的欲望，终止于对这种欲望的满足。因此，规划者决不能无视游客的需求，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，决定合适的未来的行动的过程。"这个过程是动态的、反馈的。未来的行动不仅是指政策的制定，而主要是目标的实现。

目前旅游规划在理论与实践中，暂无十分明确的、被公认的定义，包括以上定义都只能从旅游规划的本身内容上来阐述。

（二）旅游规划的意义

旅游作为物质与精神的产物，作为经济快速发展的象征，作为中、高层消费群体的行为和生活方式，已成为人们生活中不可分割的一部分。旅游业已被普遍公认为各项产业中最具活力的"朝阳产业"。旅游活动的蓬勃发展，使旅游规划成为当前旅游业不可缺少的主要内容和旅游开发前期首要任务。

旅游地发展旅游，是通过对游客的吃、住、行、游、购、娱等方面的安排和满足游客对精神享受的社会需求来实现自身企业经济效益之目的。旅游规划则是帮助旅游地更好地实现以上目的，对旅游地的旅游资源、客源市场、旅游产品、旅游设施（基础设施、服务设施）、旅游服务管理等方面作出系统评价，合理安排和有效利用的科学指导。

旅游规划是旅游地进行旅游经营管理、旅游开发建设的科学依据，也是指导旅游地科学编排市场需求的旅游产品，实现未来社会、环境、经济三大效益理想目标的蓝图。同时经上级主管部门审定、批准的旅游规划具有法律效应，它不会因为旅游地主管人员的变动而随意更改旅游项目、旅游产品的开发过程和开发时序，并且可避免不经调查研究，盲目开发、无序开发带来对资源对环境的破坏，使旅游发展处在有利的可持续发展的良性循环之中。

二、旅游规划与其他相关规划的关系

我国初期的旅游规划编制工作，基本上都是由建设系统的城市规划设计

规划部门承担，以后随着旅游被国家正式确立为一个独立产业起，旅游规划编制便陆续出现了，有建设系统城市规划部门和园林部门参与，有旅游局系统参与，宗教部门甚至文化部门参与的多头参与旅游规划编制现象。但旅游规划与其他规划有其相似性与差异性之处，与其他规划存在着一定的相互关系。

（一）旅游规划与社会经济发展规划

社会经济发展规划，是以各部门规划为基础，在更高层次上的综合、协调形成的。它通过研究旅游地（或区域）的战略目标、发展模式、主要比例关系、发展速度、水平、阶段和相关的各种关系及发展预测，制定保障规划实施的各项措施，包括方针、政策、法规。社会经济发展规划，一般更偏重于对经济的研究，对各级各类规划具有指令性的指导作用。它同样也是编制旅游规划时制定同级社会经济发展计划的依据和基础。旅游规划与社会经济发展规划主要侧重社会经济发展目标、发展预测、方针制定，不同的是在中观、微观层次上不仅要研究目标、预测、战略，还要以其他技术手段揭示旅游资源保护、旅游市场社会需求、旅游产品整合与营销、旅游容量可承受性等方面的内容研究。

（二）旅游规划与城市规划、区域规划

旅游规划是城市规划、区域规划的组成部分，但又是个性很强、特色不同的独立体。

旅游系统是城市系统中的一个子系统。旅游业作为国民经济最具活力的阳光产业，具有相应的用地要求。把旅游用地作为城市用地的有机组成部分，融合到城市整体之中，可最大限度减少土地利用冲突，实现用地的综合平衡和协调。城市与区域规划应十分注意旅游资源开发利用与旅游环境保护的相互关系协调，并将旅游作为城市总体规划不可缺少的专项规划，与城市土地利用、道路交通、市政公用设施、园林绿化系统、环境保护等专项规划的综合协调。旅游规划与城市规划应同步进行。城市总体规划在确定城市性质、规模、发展方向等关键问题时，要把旅游发展作为城市发展的一个重要方面来考虑。而旅游专项规划要对城市规划设计提出与城市规划具有不同要求的一面，但既不脱离城市规划各个子系统规划的独立存在，也不放弃与城市和区域总体规划的融合，以保证旅游规划的内容得以付诸实施。

区域旅游规划应以中心城市为依托。城市旅游规划应在区域背景下合理布局旅游点和旅游线路，形成放射状的大旅游网络和格局。旅游规划中大型旅游项目的特色与布局，应从区域角度策划和综合平衡，避免近距离内重复建设类同项目而出现客流分散或无客源现象发生。处于城郊的旅游规划也应

以区域内背景进行定位，经济发达地区或城镇密集地区更应如此。由于交通事业的发展，去各城市之间的旅游时间往往比市民去郊区旅游点短，旅游开发的旅游产品应避免单一的依托于城市，而从区域角度进行规划。

（三）旅游规划与风景园林规划

风景园林是旅游地的旅游资源，风景区旅游地的总体规划要把旅游规划作为其重要内容，并在保护风景资源的基础上编制旅游规划。游憩、游赏是风景区的功能之一，此外还有保护生态、历史文化、保护生物多样性和基因库等功能。游憩、游赏旅游规划是风景区规划中的专项规划，居于重要地位。由于旅游资源的广泛性和旅游业的综合性，旅游规划内容比风景园林规划内容广泛得多。许多旅游地规划中，包括优化、美化环境内容的环境规划设计任务，需要风景园林规划师来承担。与传统风景园林规划不同的是，旅游规划设计的旅游产品、旅游项目，必须满足旅游市场的社会需求，要有定量的客流量，要能创造出具有时代意义的新、奇、特和游客能直接参与并游玩活动内容多样的旅游产品，而不仅是创造优美环境。

（四）旅游总体规划与旅游专项规划（项目规划）

旅游总体规划一般从宏观角度对旅游地旅游发展的各个环节进行综合安排，包括景点设计与总体布局、功能分区、旅游产品设计、旅游道路网和基础设施、服务体系的旅游产业设计、用地平衡等。旅游专项规划一般是旅游总体规划系统中的一个子系统。有时旅游专项规划与旅游总体规划同步进行；有时则根据实际需要，总体规划先行，专项规划步后。项目规划种类很多，有旅游环境规划、旅游工程规划、旅游设施规划等。如，旅游详细规划，常规在旅游总体规划宏观控制总体格局下，再按不同景区状况进行以微观为主的旅游详细规划。

无论是旅游总体规划还是旅游专项规划，均是由规划战略指导其具体规划设计，而规划设计则要体现战略意图。

三、旅游规划研究简史

尽管人类的旅游活动自古有之，历史悠久，但世界和中国旅游规划的编制都相继出现于20世纪中期和后期。

（一）世界旅游规划研究

第二次世界大战后，各国进入了和平发展阶段，旅游活动同时也进入了以大众化、洲际化为标志的现代旅游阶段。世界一些地区开始形成具有稳定功能、一定规模、重复进行的现代旅游系统。相应将旅游系统组成一个联合体的思想也开始逐步成型。

20世纪50年代，当政府意识到旅游对社会发展会带来可观经济效益和不良影响时，一些国家、地区的规划中开始涉及旅游。其中，1959年的夏威夷州规划中就有较完整的旅游规划形态，旅游规划第一次成为区域规划的重要组成部分，可看作为现代旅游规划的先驱。

60年代后，法、英等国相继出现了正式的旅游规划。继后，马来西亚、中国台湾、斐济、加拿大、澳大利亚、美国和加勒比海地区均兴起了旅游规划。如法国朗济道海岸(Languedo Roussillon Coastal Region)、印度尼西亚巴厘、澳大利亚中部地区的旅游规划等。

旅游是一个重要的经济部门，旅游需要规划，这两点开始被各国及国际组织重视和认同，UNDP（联合国发展计划署，United Nations Development Program）的执行机构WTO（世界旅游组织，World Tourism Organization）于70年代末期颁布旅游发展规划目录（Inventory of Tourism Development Plans），共汇集了118个国家（地区）的旅游规划调查结果。世界旅游组织积极推动并参与了许多国家和地区的旅游规划工作。

80年代起，旅游规划在许多不发达国家和地区得到普及，而发达国家则进一步普及和深化，出现了规划修编（Revison and Updating）。如夏威夷州旅游规划（1980年）、印度尼西亚的奴萨—坦格拉旅游发展规划（Nusa—Tenggara，1981年）等。

（二）中国旅游规划研究

我国古人早有“凡事预则立，不预则废”的规划思想，但真正的现代旅游起步于1979年。改革开放政策使旅游业迅猛发展，各地的社会经济发展规划开始涉足旅游，并大量出现各类旅游地、风景区规划。经过20多年的发展，我国旅游实现了从“事业型”到“产业型”的重大转变，尤其进入90年代后，旅游业已成为我国经济和生活中不可缺少的重要组成部分，由此导致对旅游规划的大量需求和各类旅游规划形式的出现，使我国的旅游规划得到了长足发展。我国旅游规划的发展经历了以下三个阶段。

第一阶段是20世纪80年代的被动阶段。以风景区开发为代表，旅游管理系统开始组建，旅游开发与资源保护矛盾二者意见严重分歧。而封闭已久的国门在改革开放政策指引下一经打开，想要了解中国大陆的港澳台、海外侨胞及国际游客大量的涌入，使有资源优势的风景区急待进行旅游规划的开发工作，于是以资源导向旅游开发规划居于主导地位。旅游产品基本上是以观光旅游为主，旅游交通瓶颈现象十分突出。各地为扩大游客接待量，大量投资建设基础设施和饭店旅馆业，但供不应求与供过于求现象同时存在。1986年我国政府首次将旅游业确立为产业部门列入国民经济发展计划之时，国家

旅游局专门制定了《中国旅游发展规划》，标志着我国旅游规划的正式确立。在80年代期间，各类风景旅游区规划，如风景名胜区规划、森林公园规划、风景旅游城市规划等，在规划方法、内容等方面也日趋走向与当地社会经济发展规划的相互渗透和融合。

第二阶段是20世纪90年代初的人造景观主题园阶段。由于深圳“锦绣中华”主题园开发成功的示范效应，各地主题园式的人造景观园如雨后春笋般地快速发展。特别是邓小平发表南方讲话以后，旅游业作为一项产业受到各级政府重视，国内具有鲜明特色的几个不同类型主题园（大观园、唐城、西游记宫等）的旅游开发规划方式居主导地位。但从1993年以后，随着国家旅游度假区的确定，很多经济发展较快、条件较好的省市分别设立了省级、市级旅游度假区，很多开发商以开发度假区、旅游区名义大搞房地产开发，许多旅游规划实际上是房地产开发规划。

第三阶段是从1994年开始的度假区阶段。由于旅游发展过程中旅游项目的无序开发和盲目开发，正确理性地发展旅游业引起了政府、学者、开发商各方面的关注，旅游规划被正式提上议事日程。一些有识之士开始探讨旅游规划的理论、方法、内容等，并思考旅游规划如何走出一般建设规划框架，形成发展旅游业独特的旅游规划技术方法和规范。1987年全国旅游工作会议明确提出旅游业“实现两个根本转变”的改革目标。即经济体制要从计划经济向社会主义市场经济转变，经济增长方式要从粗放型向集约型转变，坚持把旅游业作为经济产业来办，坚持把促销和建设作为旅游业的大事来抓。进一步解放思想使我国旅游业面临产业调整和二次创业的艰苦历程。二次创业的核心是市场开发和市场导向下的产品优化和更新，而核心目标的实现，旅游规划是关键。

21世纪初旅游规划进入回归自然返朴归真阶段，可持续发展思想深入人心，可以认为这是旅游规划开始进入理性发展的第四阶段。由于社会经济快速发展中的人口、资源、人居环境污染、恶化等问题日益受到各级政府和人类自身重视，以及人们离开住地，向往自然并追求环境和生活质量需求的保健意识增强，以坚持可持续发展为原则，以保护生态、保护环境、保护自然与文化遗产为方向，以人为本为人民创造良好的旅游环境为目的的旅游规划正成为一种理念，是当前规划的主流。同时旅游规划的开放性、系统性进一步在加强，规范旅游规划技术、提高规划人员素质和加速旅游规划的理论研究已成为政府规划工作者、开发者、管理者们的共识。旅游规划正朝着健康、有序的方向发展。

第二节 旅游规划的理论基础

旅游规划在简短的发展历程中，依据旅游不同发展阶段的需求，使旅游规划理论也相继出现了反映各个时期不同特色的理论派系和理论基础。

一、旅游资源学理论

旅游资源是发展旅游的基本条件之一，是吸引游客和满足其精神享受及进行旅游活动的载体。而旅游吸引力的大小是由时间、时空和环境差异形成。时间差异表现为古代与今天；空间差异表现为发达地区和落后地区、城市与乡村；环境差异表现为居住地与旅游地。

一般差异越大，旅游资源的吸引功能越强，其经济辐射力、辐射范围也越大。如作为经济、文化中心的旅游城市，其产业经济、文化旅游资源，对商务、会议等公务旅行人员具有极大的吸引力，因此旅游的辐射力一般比较大。又如居住地与旅游地环境差异越大，尤其生态环境保持较原始自然状态、旅游资源品位高的旅游地，对游客吸引的程度和旅游吸引范围也越大。

旅游资源可分为国家级（A 级）、省市级（B 级）、地方级（C 级）三种级别。国家级旅游资源具有国际性吸引力；省市级旅游资源具有国内吸引力和供国际旅游者参观游览；地方级旅游主要满足居民旅游需求和供国内旅游者参观游览。不同类型和等级的旅游资源吸引范围不同，接待服务设施等级规模不同，相应地旅游规划内容、方法也不同。

二、旅游经济学理论

旅游规划是将旅游资源开发后转化成旅游产品，继而由旅游地通过游客参与旅游活动支付旅游费用的旅游经济手段，达到社会的财政收入。因此，不论是对少数社会财富占有者的古代旅行和近代商品经济发展到一定阶段后形成的社会性规模旅游的研究，还是博迪奥（L. Bodio，1989 年，意大利）发表第一篇早期的旅游研究论文《外国人在意大利的移动及其费用》，其研究范畴均在游客人数、逗留时间、消费能力、社会收入等方面，属经济领域的范畴之中。尤其二战后，发达国家政府普遍把旅游看做是获取外汇和发展经济的一种重要手段，使旅游经济理论的研究，迅速发展成为经济学理论研究中的一个强大分支。

尽管旅游经济理论研究的内容很多，但基本上是在经济现象、经济关系和经济发展规律的范畴之内。在旅游规划中，运用旅游经济学理论研究的主

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com