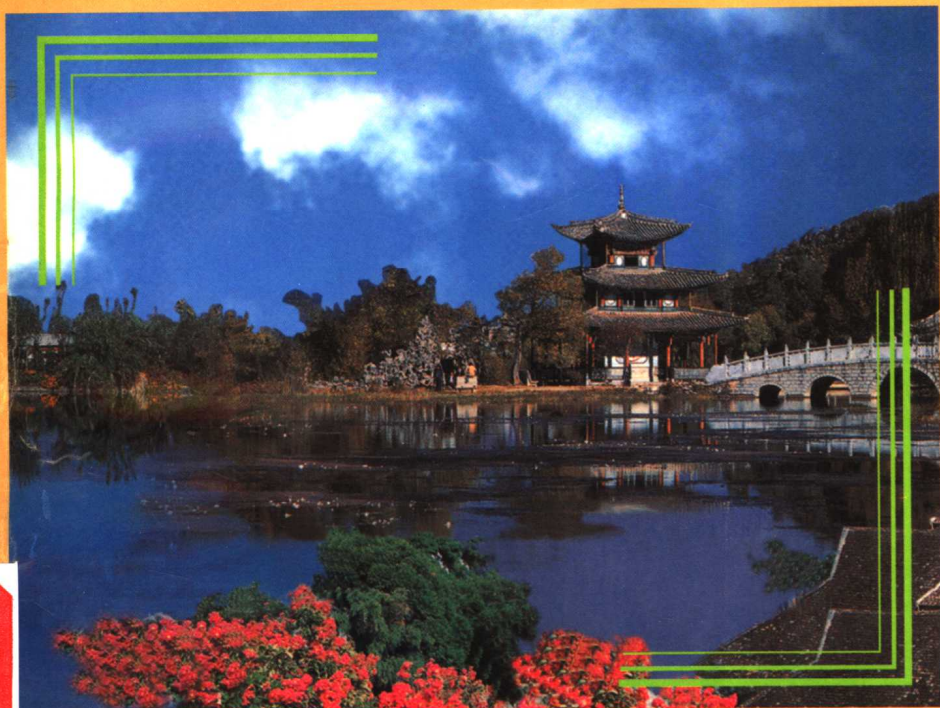


区域旅游规划

——理论·方法·案例

马 勇 舒伯阳 著



南开大学出版社

区域旅游规划

——理论·方法·案例

马 勇 舒伯阳 著

南开大学出版社

区域旅游规划
——理论·方法·案例
马勇 舒伯阳 著

南开大学出版社出版
(天津八里台南开大学校内)
邮编 300071 电话 23508542
新华书店天津发行所发行
天津宝坻第二印刷厂印刷

1999年3月第1版	1999年3月第1次印刷
开本:850×1168 1/32	印张:9.625
字数:239千	印数:1—2000

ISBN 7-310-01238-0
F·248 定价:12.00元

内 容 简 介

本书系统地阐述了区域旅游规划的基本理论和操作方法。全书共分三部分：第一部分分析了现代旅游兴起的社会经济背景和未来发展趋势，以及旅游资源结构、旅游规划的层次系统，并介绍了目前旅游可持续发展的规划理论研究成果；第二部分系统地总结了目前旅游规划所涉及的主题定位、形象设计、空间功能分区和旅游线路设计的方法体系，并专门介绍了四类专题旅游的规划模式；最后，第三部分完整地展示了都市旅游、观光农业旅游、山水综合旅游、文化主题旅游等四类旅游规划的典型案例。

本书强调理论性与实用性相结合，体现了一般原理和典型案例相结合的特色，注重对当前旅游规划方法的系统总结，适于旅游开发与规划专业人士参考使用，可供目前旅游院校和综合性大学地理系以及旅游院系的相关教学和科研参考，同时也可作为经济学、社会学、国土规划、旅游开发等方面工作者提供有益借鉴。

前 言

旅游业是当今世界范围内的一项社会经济活动。自本世纪 50 年代以来,大众化旅游从和平与稳定的国际环境中脱颖而出,迅速形成规模,在全球一直保持着快速发展的产业态势。我国旅游业在经历了“七五”、“八五”时期的建设和发展后,已经完成了从产业性质到管理功能的三次重大变革^①,我国旅游事业已经成为一项在国民经济中占重要地位的经济产业。旅游活动也由单一的观光旅游发展为集观光、度假、商务、考察等多功能于一体的综合性旅游,并取得了举世瞩目的辉煌成就,迅速跃升为世界第五大旅游国。

旅游业广泛的产业关联效应和乘数效应,已日益显示出旅游业在区域经济发展中的重大贡献作用,因此越来越多的地方政府已从战略上作出调整,将旅游业确定为本地区新的经济增长点。在旅游业的四大支柱(旅游景点、旅游饭店、旅行社、旅游交通)中,作为基础设施主体的旅游目的地景观规划与开发建设已成为地区旅游开发的关键。据 1997 年统计,全国已有 26 个省、市、自治区将旅游业作为当地“九五”期间的支柱产业或重点产业来培育发展,而一系列旨在鼓励地区旅游开发引资的投资优惠政策也在不断陆续

^① 第一次的性质变革,即 1982 年我国旅游业由事业接待型向市场经营型转变;第二次的功能变革,即旅游业由单一观光功能向观光、度假、娱乐等多功能转变;第三次的管理变革,即旅游业内部管理机制的标准化、连锁化、集团化等变革。

出台,从南至北“旅游搭台、经贸唱戏”的新一轮旅游区开发热潮正在兴起。

无疑,旅游区开发已成为当前区域开发的一大热点。然而区域旅游开发同时又是一项投资大、风险高的系统工程,它必须依赖缜密的可行性论证和准确的市场定位以及科学系统的规划实施。区域旅游规划正在成为我国一门具有高度理论性和实践性的新型交叉学科,它涉及经济学、消费行为学、文化学、景观美学与规划学等多个学科。而另一方面,与我国目前迅速发展的旅游区开发规划实践相适应的专业规划人才奇缺,旅游规划实践的理论总结也明显滞后。鉴于此,我们及时组织了目前国内在区域旅游规划实践方面有所建树的两位中青年专家撰写了这本《区域旅游规划——理论·方法·案例》论著。本书作者从近年来参与的旅游规划实践出发,致力于中国特色的旅游规划理论建设的探索,并努力在理论与实践之间架起沟通的桥梁。本书可以说是作者近年来理论与实践成果的一个从微而著的检阅,学术上所思所考的一次集中性探讨。本论著既可作为旅游开发与规划的专业人士的参考书,又可为旅游高等院校师生的教学与科研提供借鉴。

本书从选题到完成一直追求这样一个基本立意:即致力于建立区域旅游规划本身的科学体系并确保指导旅游规划实践的可操作性。本书作者披沙拣金广泛参阅了国内外相关研究成果,并以自己独到的思路和见解,致力于建立区域旅游规划从理论、方法到案例的完整体系。本书共分三部分:第一部分在规划的基本理论上溯源现代旅游的发生学机制和现时相关理论的研究动态和进展;第二部分在规划方法上力戒漫无边际、云山雾罩,注重规划方法的体系化和可操作性;第三部分在案例上精选了作者近几年来亲身主持和参与的典型规划案例,力争体现中国国情的旅游区域特色和旅游规划的类型特色。本论著在撰写上体现出以系统、逻辑贯穿全书的原则以及不苛求完美但求实用性和可操作性的风格。本书充

分强调了市场导向的基本规划思想,把握了比较优势和区域形象及市场定位这一区域旅游规划的关键,并对旅游区开发启动的市场推广环节作出了系统的指导。

中国旅游业正面临着世界旅游热点向亚太地区转移的大好时机,目前迫切需要我们认真研究和总结借鉴国内外区域旅游开发与规划的理论成果和经验。如何在旅游区的规划与开发建设中发掘和体现中华民族的文化精华、展示旅游区鲜明的形象,并取得经济效益、社会效益和环境效益的有机统一,将是我国旅游业今后在世界旅游业激烈竞争中立于不败之地、实现可持续发展的关键所在。这一宏大课题亟需我国旅游理论界和实践界的有识之士在漫长的探索中共竞此业。

本书仅是旅游规划理论总结方面的一次尝试,由于时间和水平所限,书中错误和不足之处在所难免,恳请读者批评指正。

作 者
一九九八年十月



作者简介

马勇 现湖北大学旅游学院院长，旅游规划与管理学教授。自一九八二年以来公开出版、主编《资源开发与旅游管理》等学术著作，编著和主编《旅游经济管理》等教材12部，主持国家教委九五重点规划项目《区域旅游可持续发展战略研究》等国家及省部级旅游规划及企业管理咨询项目20多项，并发表学术论文40余篇。马教授除担任国内一些大学客座教授之外，还在许多省、市政府和企业机构担任顾问，具有丰富的理论功底和实践能力。



舒伯阳 现任湖北大学旅游学院旅游管理系主任、讲师。自一九九二年参与旅游教学和研究工作以来，已主讲旅游市场营销等四门课程，公开发表学术论文12篇。

目 录

前言	(1)
----	-----

第一部分 区域旅游规划理论篇

一、区域旅游规划的基础理论	(3)
(一)旅游与旅游规划概述	(3)
1. 现代旅游概述	(3)
2. 旅游资源结构	(9)
3. 旅游产品系统	(25)
4. 旅游规划的层次	(30)
(二)旅游可持续发展规划理论	(35)
1. 旅游可持续发展结构系统	(35)
2. 旅游可持续发展综合潜力测度	(40)
3. 旅游环境承载力的普适性	(49)
二、区域旅游开发与规划的理论方案	(52)
(一)区域旅游开发方案	(52)
1. 区域旅游开发可行性论证	(54)
2. 区域旅游开发导向模式	(57)
(二)旅游区总体规划方案	(58)
1. 旅游区位选择规划	(59)
2. 旅游设施综合规划	(60)
3. 旅游区空间布局	(61)

第二部分 区域旅游规划方法篇

一、区域旅游开发规划方法体系	(65)
(一)旅游资源综合评价	(65)
1. 旅游资源评价的原则	(65)

2. 旅游资源评价的内容	(66)
3. 旅游资源评价的方法	(68)
(二) 旅游区规划的主题定位	(73)
1. 区域发展目标定位	(74)
2. 区域功能定位	(75)
3. 区域形象定位	(76)
(三) 区域主题旅游形象定位	(76)
1. 区域旅游形象及其特征	(76)
2. 区域旅游形象的构成体系	(80)
3. 区域旅游形象的形成过程	(80)
4. 形象定位三要素	(83)
5. 地区旅游形象塑造	(84)
6. 形象传播策略	(86)
(四) 区域旅游空间功能分区	(87)
1. 功能分区原则	(87)
2. 典型的空间布局模式	(89)
(五) 区域旅游线路优化设计	(92)
1. 旅游线路的界定	(92)
2. 旅游线路的演化与产生	(92)
3. 旅游线路的类型	(93)
4. 旅游线路的设计	(95)
(六) 旅游区的市场推广	(99)
1. 旅游区市场推广的界定	(99)
2. 旅游区市场推广的体系	(99)
3. 旅游目的地的市场推广策略	(102)
二、区域专题旅游规划	(105)
(一) 观光农业旅游	(105)
1. 观光农业旅游的概念	(105)

2. 观光农业旅游的特征与分类	(107)
3. 观光农业旅游的规划模式	(108)
4. 观光农业旅游的问题与思考	(112)
(二)都市旅游	(114)
1. 都市旅游的界定	(115)
2. 都市旅游的功能	(116)
3. 都市旅游的特点	(117)
4. 都市旅游的规划模式	(118)
(三)生态旅游	(124)
1. 生态旅游的界定	(124)
2. 生态旅游的特征与分类	(127)
3. 我国生态旅游资源及开发现状	(128)
4. 生态旅游的规划模式	(130)
(四)文化旅游	(133)
1. 文化旅游的概念	(133)
2. 文化旅游的功能	(134)
3. 文化旅游的特征	(136)
4. 文化旅游的地域类型	(137)
5. 文化旅游的开发规划模式	(138)

第三部分 区域旅游规划案例篇

案例 I 武汉市旅游资源综合开发总体规划	(147)
一、武汉市旅游资源类型与综合评价	(147)
二、武汉市旅游资源的开发条件评价	(157)
三、武汉市旅游资源开发态势分析	(163)
四、规划指导思想和原则	(173)
五、规划目标、构架与城市形象	(176)
六、总体布局与功能分区	(179)
七、旅游资源开发的战略重点	(183)

案例Ⅰ 武汉市蔡甸南湖旅游度假区开发总体规划 ·····	(204)
一、规划背景与依据	(204)
二、南湖旅游资源的特色评价	(205)
三、南湖旅游度假区开发条件评价	(210)
四、南湖旅游度假区的规划范围	(212)
五、规划的指导思想和原则	(213)
六、南湖旅游客源市场现状与预测	(215)
七、南湖旅游度假区的总体规划	(220)
八、规划实施方案	(222)
九、基础工程设施工程规划	(230)
十、度假区投资项目分析	(235)
案例Ⅱ 湖北恩施龙麟宫—龙潭湖旅游区总体规划 ·····	(239)
一、规划背景与旅游资源评价	(239)
二、规划目标与指导思想	(246)
三、规划区开发的主题定位	(248)
四、空间功能分区	(249)
五、旅游产品项目体系	(253)
六、旅游区投资项目分析	(261)
案例Ⅲ 三峡文化乐园总体创意方案 ·····	(264)
一、三峡文化乐园项目的综合背景	(264)
二、三峡文化乐园项目选址的可行性论证	(267)
三、目标市场分析及项目主题定位	(270)
四、三峡文化乐园项目创意方案	(276)
五、三峡文化乐园投资项目分析	(288)
参考文献 ·····	(292)
后记 ·····	(297)

第一部分 区域旅游规划理论篇

本篇要点

- 旅游资源结构与产品系统
- 旅游规划的层次
- 旅游可持续发展规划的理论
- 旅游环境容量与承载力
- 区域旅游开发方案
- 旅游区总体规划方案

一、区域旅游规划的基础理论

(一) 旅游与旅游规划概述

1. 现代旅游概述

(1) 现代旅游的界定

随着经济的发展和人民生活水平的提高,在世界范围内,旅游正在成为现代人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一,“旅游”一词亦成为人们十分常见的一个普通名词。但是,关于“旅游”一词的科学概念定义至今并无一个公认的说法。一般认为,旅游一词是从英文 Tourism 解释过来的,并考证出 Tourism 这个词首次出现是在 1811 年出版的《牛津词典》中。

“旅游”一词在我国出现比较晚。1931 年编写的《辞源》中已有“旅游”一词,其解释是:“今泛称外出作客。”这说明,那时虽然有旅游活动,但旅游作为一个普通的概念还没有形成,也没有流行。1959 年完成初稿、次年印行的《现代汉语词典》中关于“旅游”的解释是“旅行游览”,实际上是将它视为一个复合词。直到 1964 年 11 月我国国务院召开了“第一次旅游工作会议”以后,我国相继成立了“中国旅游出版社”、“中国旅游报社”和“上海旅游专科学校”,“旅游”一词在文献中和社会上才被广泛使用。

那么,如何从现代意义上来理解“旅游”这一概念呢?其实,对

旅游这一概念的正确认识和理解已成为国际组织和学术界十分关注的问题。长期以来,国内外许多学者和有关国际组织都给旅游下过一些定义,但众说纷纭,莫衷一是。我们若比较一下,可以发现,尽管各家之说表述方法不同,形式各异,但实际上却大同小异,都强调了从时间过程、空间位移、行为目的、活动性质的角度来研究旅游的活动,因此我们可以把旅游一词定义为:旅游是人类社会的一种短期的生活方式,是旅游者在旅行和暂时性停留中所引起的一切现象和关系的总和。

(2) 旅游的基本属性

旅游是一项内容丰富、形式多样、涉及面广的社会经济现象,是人类社会的一种短期性的生活方式。旅游以其自身的本质属性而从一般的社会活动中脱颖而出,受到社会的广泛参与。旅游的基本属性可概括为:

①旅游是社会环境中多种现象的综合反映,也是人类重要的消闲活动。旅游者在旅游活动中势必要同东道社会的居民进行接触,彼此互为旅游市场的国家或地区之间也会因旅游的开展而出现人员交流。这些民间接触和交往也是一种社会现象。因此作为人类闲暇活动的重要内容,旅游实为社会现象的反映。

②旅游是一种文化现象。旅游者外出旅游的重要目的之一便是体验异乡风情,了解它国文化。不论其旅游动机如何,旅游类型如何,都不可避免地要接触东道国的社会和文化。旅游者自觉或不自觉都会耳闻目睹其民族历史、生活方式、风俗习惯等方面的有关内容,同时也会以自己表现出来的本国文化影响东道社会的居民。

③旅游是一种经济现象。现代旅游中,几乎所有旅游者的食、住、行、游、购、娱都要借助和使用各类旅游企业所提供的产品和服务。他们同旅游企业之间这种需求与供给的关系表现得非常突出,加之旅游活动的开展对东道国或地区经济所产生的影响,从而使旅游染上了很强的经济色彩。

①旅游是一种政治现象。国际旅游不仅可以改善和提高旅游活动东道国在国际上的形象,而且还可以增进国际间的了解,消除偏见和误解,从而缓和与消除国际间的紧张局势,有助于推进世界和平。此外,国际旅游的开展要跨越国界,需要办理护照、签证等入境手续。从而不可避免地涉及到许多政治问题。

(3)现代旅游的特点

①旅游的休闲娱乐性

旅游的休闲娱乐性是指人们求趣求乐的目的可以通过工作之余的旅游活动去实现。旅游的休闲娱乐性主要体现在以下几方面:

第一,旅游是旅游者利用工作之余所从事的活动。即使是某些与工作结合得比较紧密的旅游形式,只要我们从时间上和内容上去分析,休闲娱乐都是基本上不可缺少的部分,旅游是人们利用闲暇时间所从事的活动。

第二,以休闲娱乐为目的的旅游,即以游览名山大川、欣赏文物古迹、体验异域风土人情、享受优质的旅游接待服务等形式,达到观光、消遣、休息、娱乐的目的,从而恢复体力、愉悦身心和增进健康。

第三,对于旅游者来讲,无论各人的旅游动机、旅游内容、旅游形式有什么差异,把旅游当作一种特殊生活方式来享受,是人们忘情山水、物我融合、慰藉身心的求趣求乐本性使然。

②旅游的异地流动性

所谓旅游的异地流动性是人们求新求奇的审美需求通过离开居住地到异域环境中去旅游而实现的。求新求奇是人们的本能之一,而人对客观环境的认识和了解总是受到时间和空间的限制,因此就借助旅游离开居住地去认识通常以外的世界,以增长自己的见识,这就产生了旅游的异地性。同时,由于人们外出旅游不满足于只在某一处逗留,而是借助旅游不断地由一个景区到另一个景区,在空间位移过程中实现自己的旅游目的,这就使旅游具有了流动性。当然,旅游也不是全在“动”中进行的,而是“动”和“静”的结合。旅游者总的心态是“旅