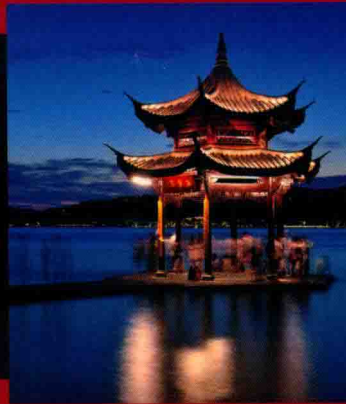


“十三五”新常态下的 旅游规划与建设研究

乔 静 著



SHISANWU XINCHANGTAI XIA DE
LÜYOU GUIHUA YU JIANSHE YANJIU



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

本著作受到河南科技大学博士科研启动基金的资助

“十三五”新常态下的 旅游规划与建设研究

乔 静 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

· 北京 ·

内 容 提 要

从2016年开始,我国经济和社会发展进入第十三个五年规划时期(简称“十三五”时期)。在这一时期,我国各个领域的发展都呈现出了一片新的气象。本书研究的内容主要涵盖了国内外旅游规划与开发的进展,新常态下旅游经济发展方式的转变、新常态下旅游规划与开发的发展趋势等。

总体来说,本书内容充实,结构分明,论述严谨,观点鲜明,语言流畅,集新颖性、科学性、实用性、可读性于一体。相信本书的出版能够为新时期旅游规划与建设的理论研究带来新的思路,同时也能够为旅游业的相关人士提供科学的实践指导。

图书在版编目(CIP)数据

“十三五”新常态下的旅游规划与建设研究/乔静
著. —北京:中国水利水电出版社,2018.6
ISBN 978-7-5170-6602-6

I. ①十… II. ①乔… III. ①旅游规划—研究—中国
IV. ①F592.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 147561 号

书 名	“十三五”新常态下的旅游规划与建设研究 “SHISANWU” XIN CHANGTAI XIA DE LÜYOU GUIHUA YU JIANSHE YANJIU
作 者	乔 静 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:sales@waterpub.com.cn
经 售	电话:(010)68367658(营销中心) 北京科水图书销售中心(零售) 电话:(010)88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京亚吉飞数码科技有限公司
印 刷	三河市元兴印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16开本 16.5印张 213千字
版 次	2018年10月第1版 2018年10月第1次印刷
印 数	0001—2000册
定 价	79.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前 言

从 2016 年开始,我国经济和社会发展进入第十三个五年规划时期(简称“十三五”时期)。在这一时期,我国各个领域的发展都呈现出了一片新的气象。作为改革开放以来发展起来的朝阳产业,旅游业自然也不例外。经过几十年的发展,我国旅游业已经取得了辉煌的成就。据统计,2016 年,国内旅游 44.4 亿人次,比上年同期增长 11.0%;出入境旅游 2.6 亿人次,增长 3.9%;全年实现旅游总收入 4.69 万亿元,增长 13.6%。

“新常态”是习近平总书记在 2014 年 5 月考察河南的行程中提及的一个概念。他说:“中国发展仍处于重要战略机遇期,我们要增强信心,从当前中国经济发展的阶段性特征出发,适应新常态,保持战略上的平常心态。”所谓“新”,就是“有异于旧质”,所谓“常态”,就是固有的状态。新常态就是不同以往的、相对稳定的状态。进入“十三五”时期,我国旅游业处于黄金发展期,但同时也处于结构调整期和矛盾凸显期,机遇与挑战并存。因此,如何做好新常态思维下的旅游规划与建设就成为当前的一个重要话题。旅游规划,顾名思义,就是对旅游的规划,科学合理的旅游规划能够制定旅游发展的战略目标,协调各部门的工作,实现旅游资源的最佳配置,保障区域旅游的健康可持续发展。作者专门撰写《“十三五”新常态下的旅游规划与建设研究》一书,就是希望通过探索“十三五”新常态背景下旅游规划与开发的理论与实践,为旅游业的全新发展提供科学有效的指导,为旅游规划与开发的学术研究贡献自己的一份微薄之力。

本书内容由绪论、正文、结论三部分构成,正文共有十章。第一章是对国内外旅游规划与开发的进展的梳理;第二章探讨了新

新常态下旅游经济发展方式的转变;第三章审视了新常态下旅游规划与开发的发展趋势;第四章和第五章论述了新常态下旅游规划与开发的基础工作和新常态下旅游规划的内容体系;第六章至第九章则专门对新常态下生态旅游、智慧旅游、文化创意旅游、全域旅游的规划与开发要点进行了探索;第十章则对新常态下旅游扶贫的规划与建设进行了论述。全书内容充实系统,结构层次分明,论述严谨,观点鲜明,语言流畅,同时还鲜明地体现出了以下两个特点。第一,前沿性。本书聚焦“十三五”时期旅游业的最新发展情况进行研究,尤其对生态旅游、智慧旅游、文化创意旅游、全域旅游的规划与开发要点进行探索。第二,本书秉承“知行合一”的理念,在进行理论研究的同时,同步开展实践探索,密切结合我国旅游市场的实际情况进行分析,挖掘实用价值。

在撰写本书的过程中,作者不仅详细解读了国务院发布的《“十三五”旅游业发展规划》,而且充分搜集、整理、分析了大量有关旅游规划与开发方面的文献资料,并对其中一些学者的研究成果进行了一定的参考与引用,在此表示最为诚挚的感谢!囿于学术水平和其他方面的一些因素,书中难免存在一定的疏漏与不妥之处,还望广大读者批评指正,以便今后更好地完善本书。

作 者

2018年5月

目 录

前言

绪论 1

第一章 国内外旅游规划与开发的进展 7

第一节 国外旅游规划与开发的发展历史 7

第二节 国内旅游规划与开发的发展轨迹 11

第二章 新常态下旅游经济发展方式的转变 18

第一节 旅游经济发展方式转变的动因 18

第二节 旅游经济发展方式转变的路径 23

第三章 新常态下旅游规划与开发的发展趋势 36

第一节 旅游资源的保护性开发与规划 36

第二节 新常态下的智慧旅游发展趋势 46

第三节 新常态下的文化创新与创意旅游开发 49

第四节 旅游业的全域化发展 55

第五节 旅游精准扶贫的发展 59

第四章 新常态下旅游规划与开发的基础工作 67

第一节 旅游规划与开发的市场调研 67

第二节 旅游规划与开发的可行性研究 76

第三节 旅游规划与开发方案的评审 82

第五章 新常态下旅游规划的内容体系 87

第一节 旅游战略规划 87

第二节 旅游形象规划 92

第三节 旅游空间布局规划 99

第四节 旅游产品和营销规划 101

第五节 旅游设施和保障体系规划	109
第六章 新常态下生态旅游的规划与开发要点	118
第一节 生态旅游发展的最新动向	118
第二节 旅游业发展的生态承载力衡量	121
第三节 旅游业发展的生态补偿机制	127
第四节 生态旅游发展的低碳旅游模式	131
第七章 新常态下智慧旅游的规划与开发要点	135
第一节 智慧旅游的发展脉络与建设现状	135
第二节 智慧旅游规划与建设体系	143
第三节 智慧旅游建设与应用系统规划	154
第四节 智慧旅游安全保障系统规划	168
第八章 新常态下文化创意旅游的规划与开发要点	173
第一节 文化创意旅游的需求及类别	173
第二节 文化创意景区的旅游运营	180
第三节 文化创意产业园区的发展与规划	190
第四节 文化创意旅游演艺产品的开发	196
第九章 新常态下全域旅游的规划与开发要点	206
第一节 全域旅游的发展重点及趋势	206
第二节 全域旅游规划的内容要点	211
第三节 全域旅游开发的内容体系	217
第四节 全域旅游建设的保障体系	220
第十章 新常态下旅游扶贫的规划与建设	228
第一节 旅游扶贫及其发展中存在的问题	228
第二节 旅游扶贫开发的背景与意义	233
第三节 旅游精准扶贫的主要模式	236
第四节 旅游扶贫开发的路径选择	238
结论	253
参考文献	255

绪 论

2016年,国家颁布了《中华人民共和国国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》,简称“十三五”规划(2016—2020)。自此,国内各个行业都在此规划的指导下开展活动,以切实推动国民经济的进一步发展。就“十三五”规划期间的旅游业来说,要想得到健康发展,必须遵循“认识新常态,适应新常态,引领新常态”这一大的发展逻辑,积极从传统旅游向新常态旅游转变。

一、“十三五”规划下旅游消费理念和方式的变迁

在当前,随着社会经济以及旅游业的进一步发展,我国旅游消费市场呈现出一些新的景象。在此形势下,有效把握旅游发展中的新消费理念和消费方式的趋势,将有益于“十三五”旅游市场消费需求与供给的均衡发展。

(一)“十三五”规划下旅游消费理念的变迁

旅游消费理念指的是“旅游者在旅游消费前、中、后的3个环节全过程中所产生的消费思想、消费导向和消费观念,反映了人们对旅游消费的一种较强的心理倾向性和价值评判,是一种深层次的比较稳定的旅游消费意识用研究”^①。“十三五”规划期间,我国旅游消费理念表现出一些新特征,呈现出一些新趋势,具体表现在以下几个方面:

第一,“十三五”规划期间,旅游消费将继续呈现出以观光为主,以休闲旅游、度假旅游、专题旅游等为辅的市场格局,但休闲

^① 童晓娇.浅析旅游黄金周时段的冲动性消费[J].世纪桥,2007(5).

旅游、度假旅游和专题旅游的市场比例将明显提升。

第二,“十三五”规划期间,消费者将更加看重旅游目的地能否提供舒适且高质量的服务、能否提供具有个性和独特性的旅游消费体验。也就是说,未来的旅游消费更加注重享受性和体验性。

第三,“十三五”规划期间,旅游消费将呈现出明显的支出超前化趋势,即越来越多的消费者会选择贷款旅游、分期付款旅游等。

第四,“十三五”规划期间,受中共中央八项规定和中国新的行政生态影响,公务旅游消费将更为务实化,消费水平将有所回落。

第五,“十三五”规划期间,旅游消费将变得定制化,即消费者可以根据自己的意愿制定能够有效满足自身旅游需要的旅游路线。

第六,“十三五”规划期间,旅游消费将呈现出情感回归化趋势,即消费者越来越倾向于以家庭的方式出游。

第七,“十三五”规划期间,旅游消费的后现代性将日益凸显,即消费者越来越注重旅游过程中人与人之间的互动与深层次交往。

第八,“十三五”规划期间,旅游消费将呈现出明显的分享化趋势,即旅游者越来越倾向于在旅游过程中和旅游之后在微信、微博等社交媒体上散布旅游的相关信息、分享自己的旅游经历和旅游心情等。

(二)“十三五”规划下旅游消费方式的变迁

伴随经济的发展、社会的进步、物联网和移动终端技术的更新换代,在“十三五”规划期间,旅游业将快速发展,旅游消费方式也将会变得越来越多元化,具体表现在以下几个方面。

第一,旅游消费的主体将会日益多元化,并会涵盖各个年龄层次、各种职业层次等。

第二,旅游消费者的出游时间将呈现出集中化与碎片化并存的局面。

第三,旅游消费的行动单位,“家庭、小团体、个人”出游明显增多,呈现出“小型化”和“灵活化”等特点。

第四,旅游消费者在选择旅游目的地时,由于受到集中休假制度的影响,多倾向于短途旅游和出境旅游。

第五,消费者在选择旅游交通时,可以依据出游距离进行多元化选择,还可以对多种旅游交通方式进行组合。

第六,消费者在设计、购买和支付旅游产品时,越来越倾向于在网上进行,呈现出明显的网络化倾向。

第七,旅游消费的内容呈现出明显的综合性,消费者期望对旅游目的地进行全方位的感知和旅游体验。

二、新常态下旅游业成为新的经济增长点

新常态就是一种与之前有所不同,但又相对稳定的、具有不可逆性的发展状态。在当前,新常态标志着我国的经济发展已经进入到一个新的阶段。当然,新常态并不仅仅停留在经济层面上,而是在其他方面如政治、社会、文化等各个领域都有各自的特征和特点。它为我国发展提供了相对稳定的环境,当然也是一个难得的机遇。

就经济领域的新常态来说,在我国社会经济发展中具有全局性战略意义的旅游业已经成为新常态下新的经济增长点。具体来说,这一观点是通过以下几个方面表现出来的。

第一,旅游业是资源消耗低、污染排放少,有利于保护生态环境的经济新增长点。旅游业是世界公认的无烟产业,现在我国改革开放进入攻坚期,经济面临着转型升级的压力,旅游业自身的能源消耗低、环境友好型以及生态共享型等特点使之成为新常态下新的经济增长点。

第二,旅游业是消费潜力大、消费层次多、持续能力强的新增长点。经过过去三十多年的发展,旅游已经从少数人的高端消费

方式,发展成为大众化、常态化的一种消费方式,且越来越受到人们的喜爱与欢迎。因此,在新常态下旅游业将会成为我国经济发展的新增长点。

第三,旅游业是兼具消费、投资、出口“三驾马车”功能的新增长点。在当前,我国居民国内旅游总花费占居民消费支出总额的比例不断增大,旅游投资的数量也不断增长,还有越来越多的旅游企业到国外收购改造酒店,投资建设度假村等。

第四,旅游业是就业容量大、吸纳劳动力的类型丰富多样、就业方式非常灵活的新增长点。旅游业在创造就业岗位方面的作用是不容小觑的,旅游业已然成为很多地方促进经济发展和就业的重要支柱。

第五,旅游业是带动开放、推进国际化发展的新增长点。我国已经形成了一批世界级的旅游城市、旅游企业、旅游目的地和旅游景区,打造了一批世界级的旅游品牌,塑造了国际化的形象,拥有显著的国际影响力。我国是全球第三大入境旅游接待国和第一大出境旅游客源市场,其国际旅游地位不断增强,是带动开发深化改革,推进国际化发展的新增长点。目前,国家正在大力推进“一带一路”建设、沿边开放、国际自贸区建设等宏观战略,构建更加主动、更具引领性的开放型经济新体制,旅游业在发展旅游经济、带动国际合作、开展旅游外交等方面大有作为。

第六,旅游业是增强国民幸福感、提升健康水平、促进社会和谐的新增长点。在旅游业进入休闲旅游时代,传统的纯粹的观光型旅游逐渐被个性化的旅游方式所取代,旅游更多的是为了满足大众休闲的需要,是一种有利于提升国民生活水平、保障身心健康、维护社会和谐的经济新增长点。

第七,旅游业是统筹城乡发展、促进新型城镇化、优化区域布局的新增长点。全民休闲时代已经到来,随着各地乡村旅游的不断成熟和特色旅游小镇的蓬勃发展,旅游业在促进优化产业布局、统筹城乡发展等方面发挥着越来越重要的作用。

第八,旅游业是促进脱贫致富、实现共同小康的新增长点。

在国家大力发展扶贫旅游的方针政策下,旅游业在促进脱贫致富,减小地方经济差距等方面发挥了应有的作用,在新常态背景下,这一作用将会得到更大的发挥。

三、以新常态思维构建“十三五”旅游发展规划

“十三五”规划期间将是我国旅游业从旧常态到新常态的转变期,也是旅游业改革开放的攻坚期和转型升级的关键期。在此期间,应积极以新常态思维构建“十三五”旅游发展规划,具体可从以下几方面着手。

(一)要更加注重旅游需求方面的消费分层

在当前,旅游在人们日常生活中的地位越来越重要,且呈现出鲜明的多元化发展趋势。与此同时,人们的旅游消费热点并不是一成不变的,而是随着社会经济的发展以及自身消费能力的提升而不断产生新的消费热点。因此,在传统的观光旅游、历史文化旅游依然受到众多消费者欢迎的同时,自驾游、养生保健游、探险游、游轮旅游、游学旅游等也呈现出蓬勃的发展趋势。在今后,还需进一步了解人们的旅游需求,继而开发出更为多样化的旅游消费方式。

(二)要更加注重旅游市场的供给侧改革

“从市场竞争特点看,过去主要是数量扩张和价格竞争,现在正逐步转向质量型、差异化为主的竞争。”^①在当前,所有行业的发展都呈现出这一趋势,旅游业也不例外。而各地在发展旅游业的过程中,需要对本地旅游发展的供需关系进行理性分析,尽可能降低供大于求的比例。与此同时,各地的旅游发展需做好短缺服务项目的重点建设工作,切实推进行游、住、食、购、娱等的合理、均衡配置。

① 王兴斌. 以新常态思维谋划“十三五”旅游发展思路[J]. 旅游学刊, 2015(3).

（三）要更加注重旅游的可持续发展

在当前，国家积极推动可持续发展战略的实施与落实。在这一形势之下，旅游业也必须积极走可持续发展之路。为此，各地在对旅游业发展进行规划与布局时，不可仅着眼于眼前利益，而是要立足于长远发展，确保子孙后代也有充足的旅游资源进行开发。与此同时，各地还要做好对已开发旅游资源的保护工作，并积极探寻更为科学、有效的旅游资源开发方式。

（四）要更加注重旅游产业的竞争与合作

当前，旅游业蓬勃发展，旅游市场的竞争不断加剧，旅游电商的竞争甚至出现白热化的局面，具有明显开放性特征的在线旅游企业日益重视实施平台化发展的竞争策略。竞争性合作的格局也出现了一些新的变化，即旅游业同行以及跨行之间的合作不断增强。比如，旅游线下企业和线上企业之间的合作不断增强，形成多样化的合作模式；旅游业与娱乐业、房地产业、交通业、农业、工业、创意产业等跨行业之间的合作不断深入等。此外，国际旅行社、国际饭店集团、国际旅游演艺公司等跨国旅游企业不断涌入国内旅游市场，加大对国内旅游企业的兼并与投资；与此同时，国内旅游企业的海外并购、海外投资、海外业务拓展也在如火如荼地进行着。旅游市场竞争与合作的新格局、新常态要求国内旅游规划与开发工作必须更加遵循旅游市场发展规律。

第一章 国内外旅游规划与开发的进展

自 20 世纪 30 年代开始,旅游规划与开发从早期简单的市场评估和场地设计发展到如今高端的跨国旅游区的综合规划,经历了漫长的发展历程。本章将对国外旅游规划与开发的发展历史和国内旅游规划与开发的发展轨迹进行具体阐述。

第一节 国外旅游规划与开发的发展历史

一、国外旅游规划与开发思想的演变

(一)大众旅游开发

1. 背景

20 世纪 50 年代后期,旅游活动不仅恢复到了第二次世界大战前的水平,而且还出现了前所未有的高速发展。国际旅游人数由 1950 年的 2 500 万人次增加到了 1989 年的 4.2 亿人次,增长了 16 倍。促使战后旅游在世界范围内迅速发展原因主要有以下几方面。

①第二次世界大战后世界经济发展迅速。

②旅游者可自由支配的时间增加和带薪假期出现。

③人口结构的变化和人均寿命的增加促进了旅游活动的快速发展。

④科学技术飞速进步。

2. 大众旅游开发模式

由于以上这些推力的作用,第二次世界大战后的二三十年中,世界旅游市场形成了一批追求“3S”(阳光、沙滩、大海)的旅游者。这一时期的旅游市场特征是“大众化、标准化、团体化”。这是在社会经济欠发达时期,旅游业发展刚开始萌芽,旅游市场还未成熟的情况下国民的必然选择。虽然“二战”后到20世纪80年代,人们的收入已经得到很大提高,但相对今天而言,差距还是比较大的,人们的消费观念也比较落后,普遍满足于“到此一游”的走马观花式旅游。所以,大众旅游又被称为观光旅游。

(二)可持续旅游开发

1. 背景

人类频繁的经济活动对环境造成了极为不利的影响,环境状况并不乐观,进而对人类的生存和发展有所威胁。当今世界,各个国家都面临着一个非常巨大的挑战,那就是经济发展和资源利用以及环境保护所构成的矛盾,人们开始逐渐意识到在如今的发展态势之下,需要一种可以将经济发展、资源利用和环境保护协调起来的发展方式。挪威前首相布伦特兰夫人1987年在《我们共同的未来》报告中,提出了人类应该坚持可持续发展的战略,她所说的可持续发展是指:满足当代人类的需要,同时又不损害人类后代满足其自身需要的能力。可持续发展的观念提出后,立刻受到了各界的支持。在旅游开发领域,可持续旅游的概念也开始得到人们的关注。

2. 可持续发展观念对旅游开发模式的影响

可持续旅游发展,它的基本理念是代内的公平和代际的公平,注重旅游的发展对社区的影响,在进行旅游开发的时候,非常关注社区的利益。具体来说,可持续旅游发展的理念对旅游开发

模式有以下几方面的影响:

①制止或控制建设性破坏发展旅游,就必须先解决交通、住宿等基础设施的建设,景区和旅游服务设施的建设。

②旅游发展的重点应在提高质量而非简单地增加数量。

③促进旅游可持续发展必须探索创新旅游模式。

④对于已经开发的旅游景区,必须按照可持续发展的原则进行改造。

(三)体验旅游开发

旅游本身就是旅游者的一种体验,因此在体验经济时代,体验旅游开发与体验经济有着天然的契合。体验旅游是以游客的参与和互动为主要特征,以人性化和个性化为目标的一种旅游产品设计,使游客不再局限于被动的、表面的观光和观摩,而是主动的、深度的体验和参与,从而获得全面的感官刺激和精神满足。

体验旅游主要讲究旅游和消费者之间的一种开放性互动。在体验旅游中,游客不再像以前一样只能作为产品的被动接受者,他们开始有了新的要求,要求参与到产品项目的设计当中,他们希望产品的设计和生产可以个性化一点,以满足自己独特的需求为主。

体验旅游与大众旅游不同,其关注的焦点是游客的需求,因此旅游产品的开发、设计和服务都是围绕游客的需求,强调游客的参与性与融入性,以满足游客对旅游目的地文化、生活、历史等领域的体验需求。

二、国外旅游规划与开发的发展阶段

(一)旅游规划与开发的初始阶段

初始阶段的时间是20世纪30年代到50年代。旅游规划萌芽、起源相同欧洲,发展于美国。旅游规划的起源晚于旅游业的发展,一般认为,最早旅游规划出现于20世纪30年代中期的

英国、法国、爱尔兰等国。但最初的旅游规划实际上只是为一些旅游项目或旅游接待设施做一些基础性的市场评估和场地设计,如为旅游饭店或旅馆进行选址等。

(二) 旅游规划与开发的发展阶段

在 20 世纪 60 年代中期到 70 年代初期,世界旅游业飞速发展,世界各地纷纷发展旅游业,需要编制旅游开发与规划的地区日益增多。其间,世界各国、各地区掀起了编制旅游规划的热潮,如马来西亚、斐济、加拿大、澳大利亚、美国、加勒比海地区都制定了不同区域范围的旅游规划。这个时期旅游规划主要着眼于旅游资源开发与利用、旅游区的开发与改造等。

(三) 旅游规划与开发的观念转变阶段

旅游规划与开发的观念转变阶段是从 20 世纪 70 年代到 80 年代。其间,旅游规划在世界各地得到了普遍的认同,许多国家和国际性组织对旅游规划给予了极大的关注。如世界银行等国际组织协同世界旅游组织,参与了菲律宾、斯里兰卡、尼泊尔、肯尼亚等国家的旅游规划编制工作,在技术、资金等方面给予了极大的帮助。

旅游发达的美国,旅游规划的研究和实践工作更是走在前列。较早介入旅游规划领域的是美国的地理学工作者。在从 1970 年开始迅速兴起的以州为单位的旅游规划工作中,地理学工作者依据学科优势充当了重要角色,成为美国旅游规划研究的主力军之一。

(四) 旅游规划与开发的快速发展阶段

旅游规划与开发的快速发展阶段是 20 世纪 80 年代到 90 年代,到了 20 世纪 80 年代后,旅游规划在发达国家得到进一步深化的同时,也普及到许多发展中国家和地区。这一阶段的旅游规划主要是以满足游客的需求为目标进行旅游产品的开发和设计,