

 21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游规划原理与实务

郭 伟 殷红梅 主编



以引导创新意识为灵魂
坚持理论与实务紧密结合
以培养应用能力为根本
提高学生素质与职业能力



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

旅游规划原理与实务

主 编 郭 伟 殷红梅



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书立足于培养应用型旅游管理人才的目标,坚持理论与实务相结合,以培养创新意识为灵魂,以培养应用能力为根本。根据本科教学实际,阐述了旅游规划的基础知识、基本理论与具体方法。教材脉络清晰、简洁实用、形象生动,侧重理论指导下的规划实务,提倡情景教学、案例教学。

本书主要适合旅游管理专业学生教学使用,也可供旅游管理者、旅游研究者、地理学者,以及从事旅游工作并且希望更多了解旅游专业知识的人士参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划原理与实务/郭伟,殷红梅主编. —北京:北京大学出版社,2012.9

(21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材)

ISBN 978-7-301-21221-9

I. ①旅… II. ①郭…②殷… III. ①旅游规划—高等学校—教材 IV. ①F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 215523 号

书 名: 旅游规划原理与实务

著作责任者: 郭 伟 殷红梅 主编

策 划 编 辑: 刘 嵩

责 任 编 辑: 刘 嵩

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21221-9/C·0802

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×1092mm 16 开本 18.5 印张 444 千字

2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

编写人员名单

主 编

郭 伟(燕山大学经济管理学院旅游系)

殷红梅(贵州师范大学地理与环境科学学院)

副主编

王 佳(燕山大学经济管理学院旅游系)

李胜芬(燕山大学经济管理学院旅游系)

田 红(山东师范大学山东省可持续发展研究中心)

编 委

贾云龙(燕山大学经济管理学院旅游系)

刘亦雪(燕山大学经济管理学院旅游系)

邓丽芸(燕山大学经济管理学院旅游系)

柳晨静(燕山大学经济管理学院旅游系)

吴彩云(燕山大学经济管理学院旅游系)

张雪娇(燕山大学经济管理学院旅游系)

王明霞(燕山大学经济管理学院旅游系)

逯宝峰(燕山大学经济管理学院旅游系)

陈红梅(燕山大学经济管理学院旅游系)

王慧元(中国环境管理干部学院)

前 言

旅游规划是旅游发展的纲领和蓝图,随着我国旅游业成为战略性支柱产业、旅游资源的深度开发、旅游目的地的形成、旅游与社会经济的不断融合,旅游规划的基本原理、基本方法和基本技能将越来越得到广泛的重视和应用。

本书按照“应用型本科”的人才培养定位,立足于提高学生整体素质与学生旅游规划职业能力,坚持理论与实务相结合,以培养创新意识为灵魂,以培养应用能力为根本。

本书共分为11章:第1章绪论,主要阐明旅游规划的概念和研究内容等;第2章旅游规划的理论基础,主要概述地域分异规律、经济学理论、区位论与空间结构理论、可持续发展理论、系统理论等基本理论和方法;第3章旅游资源调查与评价,主要阐述旅游资源调查、旅游资源信息系统、旅游资源评价;第4章旅游市场调查分析与拓展;第5章旅游发展战略,主要阐述旅游发展战略的基本内容、制定及实践中常用的旅游发展战略等内容;第6章旅游主题定位与旅游形象策划;第7章旅游规划的空间布局及功能分区;第8章旅游产品设计,主要阐述旅游产品设计概念及不同类型的旅游产品设计;第9章旅游服务设施及旅游基础设施规划;第10章旅游投融资规划及效益分析;第11章旅游规划保障体系。

根据“应用型本科”人才培养需要,本书在体系和结构上进行了一定创新,把基本理论与发展前沿、理论知识与实践能力、课堂导学与课外自学融为一体,在实用性上有很大提升,主要具有以下特点。

- (1) 系统性:系统、科学、全面地反映了旅游规划的学科体系及其最新发展。
- (2) 前瞻性:注意吸收近年来国内外旅游规划研究方面的最新成果。
- (3) 借鉴性:每章配有与本章内容紧密相关的国内外案例、阅读材料和推荐参考文献,供读者综合运用所学的知识分析其成败得失,便于读者从中探求旅游规划的真谛。
- (4) 趣味性:根据内容穿插知识链接、看图学规划、经典人物和课后阅读等模块,生动活泼,可读性强。
- (5) 实用性:根据章节内容设计了导入案例和实例分析,可以学习小组为单位进行实用训练,还设计了实例分析思考题、复习思考题,以及网络资源及练习,能自我检查学习效果,及时查缺补漏,拓宽思维,从而提高分析和解决实际问题的能力。

本书结构严谨、条理清晰、文字简洁,主要适合旅游管理专业学生教学使用,也可供旅游管理者、旅游研究者、地理学学者及从事旅游工作并且希望更多了解旅游专业知识的人士参考使用。

燕山大学旅游管理专业是国家级特色专业建设点(TS10683)、河北省旅游教育本科创新高地、河北省品牌特色专业。本书是2002年燕山大学课程建设项目中的教材建设项目(项目编号:200235J)的研究成果,也是河北省高等学校“专业综合改革试点”项目的部分研究成果,经过多年编写和修订,反映了燕山大学旅游管理专业教学改革成果。全书由郭伟提出写作思路和框架结构并负责修改及第1、2章的编写,第3、5、7章由李胜芬、



贾云龙、柳晨静、王慧元负责编写，第4、6、8章由王佳、田红、吴彩云负责编写，第9、10、11章由郭伟、贾云龙、刘亦雪负责编写，殷红梅、邓丽芸、王明霞、陈红梅负责撰写书中大部分案例，逯宝峰、吴彩云参与了资料收集、编写课后习题答案和书稿校对工作，最后由郭伟、殷红梅总纂定稿。

在本书的编写过程中，参阅了大量的教材、专著和论文，在参考文献中无法一一列出，在此谨向这些作者致以衷心的感谢和崇高的敬意！

由于水平有限，疏漏之处在所难免，敬请广大读者批评指正，编写组全体成员在此表示万分感谢！

编 者

2012年6月



目 录

第1章 绪论	1	2.4.2 可持续旅游的含义与内容 ...	32
1.1 旅游规划概述	2	2.4.3 旅游规划中实现旅游可持续 发展的关键	32
1.1.1 旅游规划界定	2	2.5 系统理论	34
1.1.2 旅游规划分类	2	2.5.1 系统的含义与结构	34
1.2 旅游规划的思想	3	2.5.2 旅游系统的含义与结构	35
1.2.1 旅游规划的系统思想	3	2.5.3 系统理论对旅游规划的 指导作用	36
1.2.2 旅游规划的其他思想	5	第3章 旅游资源调查与评价	41
1.2.3 旅游规划与旅游开发	7	3.1 旅游资源调查	42
1.3 旅游规划的研究对象与内容	8	3.1.1 旅游资源调查概述	42
1.3.1 旅游规划的研究对象	8	3.1.2 旅游资源调查原则	43
1.3.2 旅游规划的研究内容	9	3.1.3 旅游资源调查方法	43
1.3.3 旅游规划的研究趋势	10	3.1.4 旅游资源调查步骤	44
1.3.4 旅游规划的编制步骤和 主要内容	11	3.2 旅游资源信息系统	49
1.3.5 旅游规划与其他规划的 关系	14	3.2.1 旅游资源信息系统概述	49
第2章 旅游规划的理论基础	19	3.2.2 旅游资源信息系统的基本 结构	51
2.1 地域分异规律	20	3.2.3 旅游资源信息系统的实用 意义	53
2.1.1 地域分异规律的含义	21	3.3 旅游资源评价	55
2.1.2 地域分异规律的表现	21	3.3.1 旅游资源评价概述	55
2.1.3 地域分异规律对旅游规划的 指导作用	23	3.3.2 旅游资源评价的原则	55
2.2 经济学理论	23	3.3.3 旅游资源评价的方法	56
2.2.1 旅游项目可行性分析	24	第4章 旅游市场调查分析与拓展	70
2.2.2 旅游市场调研	26	4.1 旅游市场调查	71
2.2.3 供需平衡原理	26	4.1.1 旅游市场的概念	72
2.3 区位论与空间结构理论	27	4.1.2 旅游市场调查的内容	72
2.3.1 区位论的产生与发展	27	4.1.3 旅游市场调查的类型	72
2.3.2 空间结构理论及其内容	27	4.1.4 旅游市场调查的主要 程序	74
2.3.3 旅游区位论发展现状	28	4.1.5 旅游市场调查方法	75
2.3.4 区位论和空间结构理论对 旅游规划的指导作用	29	4.1.6 旅游市场调查对象的 选择	76
2.4 可持续发展理论	31	4.1.7 调查工具及问卷设计	76
2.4.1 可持续发展提出的背景及 含义	31		

4.2	旅游市场分析	78
4.2.1	世界国际旅游市场的客流 规律	78
4.2.2	中国国际入境旅游者特征 与发展趋势	79
4.2.3	中国国内旅游者客流特征 与发展趋势	83
4.3	旅游市场拓展	86
4.3.1	旅游目标市场定位	86
4.3.2	旅游细分市场	87
4.3.3	旅游市场营销策略	89

第5章 旅游发展战略

5.1	旅游发展战略的基本内容	96
5.1.1	旅游发展战略概述	97
5.1.2	旅游发展战略模式	97
5.2	旅游发展战略的制定	98
5.2.1	旅游发展战略目标的制定	98
5.2.2	旅游发展战略制定的依据	99
5.2.3	旅游发展战略制定的原则	100
5.2.4	旅游发展战略制定的方法	100
5.2.5	旅游发展战略制定的步骤	102
5.3	旅游发展战略实践	103
5.3.1	宏观旅游发展战略	103
5.3.2	实践中常用的旅游发展 战略	107

第6章 旅游主题定位与旅游形象 策划

6.1	旅游主题定位	116
6.1.1	旅游主题定位的含义	116
6.1.2	旅游主题定位的分类	116
6.1.3	旅游主题定位的影响 因素	117
6.1.4	旅游主题定位的评价 标准	119
6.2	旅游形象策划概述	120
6.2.1	旅游形象的含义	121
6.2.2	旅游形象策划的含义	122
6.3	旅游形象策划的理论	124
6.3.1	旅游形象结构分析	124
6.3.2	旅游形象感知分类与信息 来源	125

6.3.3	旅游形象感知的空间规律	126
6.3.4	旅游形象感知的时 间变化 规律	128
6.4	旅游形象策划方法与传播	129
6.4.1	旅游形象调查	129
6.4.2	旅游形象定位与口 号 设计	133
6.4.3	旅游形象策划的传播	136

第7章 旅游规划的空间布局及功能 分区

7.1	旅游空间布局	149
7.1.1	影响旅游空间布局的 因素	149
7.1.2	典型的空 间布局模式	149
7.1.3	我国主要的旅游空 间布局 模式	151
7.2	旅游区划分与旅游功能分区	151
7.2.1	旅游区划分	152
7.2.2	旅游功能分区	155
7.3	旅游项目的安排	157
7.3.1	旅游项目的认识	157
7.3.2	旅游项目的确定	157
7.3.3	旅游项目的策划创意	158
7.3.4	旅游项目进度安排	159

第8章 旅游产品设计

8.1	旅游产品设计概述	168
8.1.1	旅游产品的概念	168
8.1.2	旅游产品的设计	168
8.1.3	旅游线路的组织	169
8.1.4	旅游基地建设	171
8.2	不同类型的旅游产品设计	174
8.2.1	风景名胜 区旅游产品 设计	174
8.2.2	旅游度假 区产品设 计	179
8.2.3	森林公 园旅游产 品设计	185
8.2.4	观光农 园旅游产 品设计	192
8.2.5	自然保 护区旅游 产品 设计	194
8.2.6	民俗风 情旅游产 品设计	198
8.2.7	城市旅 游产品设 计	201

第 9 章 旅游服务设施及旅游基础设施	
规划	208
9.1 旅游服务设施规划	210
9.1.1 旅游服务设施的界定	210
9.1.2 旅游服务设施规划的主要内容和原则	210
9.1.3 旅游住宿设施规划	211
9.1.4 旅游餐饮设施规划	213
9.1.5 娱乐及体育设施规划	214
9.1.6 旅游信息中心或旅游集散中心规划	216
9.1.7 辅助设施规划	218
9.2 旅游基础设施规划	221
9.2.1 旅游用地规划	221
9.2.2 旅游交通设施规划	222
9.2.3 其他旅游基础设施规划	224
第 10 章 旅游投融资规划及效益分析	230
10.1 旅游投融资分析	231
10.1.1 旅游投融资的渠道和方式	231
10.1.2 旅游投融资的策略	233
10.1.3 旅游投融资的风险	233
10.2 旅游开发效益分析	234
10.2.1 游憩效益	235
10.2.2 经济效益	235
10.2.3 社会效益	236
10.2.4 环境效益	236

第 11 章 旅游规划保障体系	243
11.1 旅游管理模式	245
11.1.1 现有管理模式存在的问题及影响	245
11.1.2 面向协调的系统化管理模式	245
11.1.3 旅游协调开发系统化管理的内容	248
11.2 旅游政策保障	250
11.2.1 旅游项目开发政策	250
11.2.2 投融资政策	251
11.3 旅游人力资源保障	251
11.3.1 人力资源的概念	252
11.3.2 旅游人力资源建设	252
11.3.3 旅游人力资源培养	252
11.4 旅游安全保障建设	254
11.4.1 旅游安全保障的内容	254
11.4.2 旅游安全保障建设	254
11.4.3 旅游安全工作机制	258
11.5 旅游生态环境保障	259
11.5.1 规划建设项目的, 进行环境影响评估	260
11.5.2 已开发地区要进行环境保护状况分析及保护	261
11.6 科技保障	261
附录 1 旅游规划图件制作	265
附录 2 旅游规划案例	268
参考文献	283

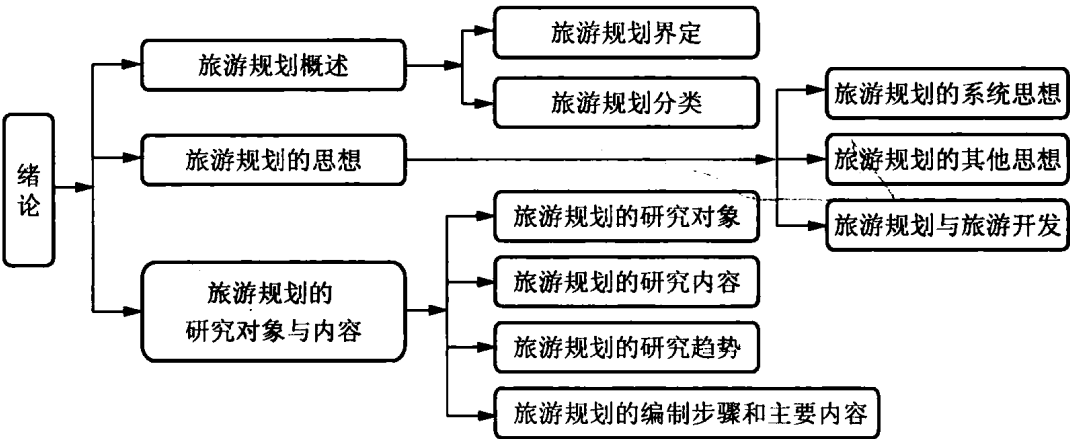


第1章 绪 论

学习目标

知识目标	技能目标
1. 了解旅游规划内涵、分类；	1. 掌握旅游规划概念、分类；
2. 了解国内外旅游规划的系统思想和方法；	2. 熟悉旅游规划的系统思想和方法；
3. 了解旅游规划的研究趋势；	3. 熟悉旅游规划的研究趋势；
4. 了解旅游规划的研究对象和研究内容；	4. 掌握旅游规划的研究对象和研究内容；
5. 了解旅游规划的编制步骤和主要内容；	5. 掌握旅游规划的编制步骤和主要内容；
6. 了解旅游规划与其他规划的关系	6. 熟悉旅游规划与其他规划的关系

知识结构



导入案例

我国旅游业“十二五”发展规划

《中国旅游业发展“十二五”规划纲要》(以下简称“《纲要》”)主要阐明国家发展旅游业的战略意图,明确旅游产业工作重点,规范旅游市场秩序,力图为旅游行政管理部门履行市场开发、产业促进、行业监督和公共服务职责提供依据。

首先,《纲要》对我国旅游业过去5年的发展进行了回顾,分析了“十二五”阶段的发展环境。制定了旅游发展总体思路,提出了旅游业要实现“初步建成国民经济的支柱型产业和人民群众更加满意的现代服务业”的目标,构建了未来5年发展的目标体系。同时,明确了旅游市场开发方向,即全面发展国内旅游,积极发展入境旅游,有序发展出境旅游。《纲要》还指出,要通过提升企业竞争力,完善产品体系,提升产业素质,实现可

持续发展,促进区域协调发展,推进国际化发展以及提高旅游者满意度等途径促进产业的进一步发展。最后《纲要》从行政管理、产业信息化发展、人才队伍建设、公共保障体系和政策法规5个方面阐述了保障体系的全面构建。

问题:你认为什么是旅游规划?进行旅游规划有什么意义?旅游规划同其他规划之间有何关系?

本章从旅游地及旅游规划的界定入手,对国内外旅游规划的系统思想、旅游规划与旅游开发、旅游规划的研究对象与研究内容、旅游规划的研究趋势、旅游规划的编制步骤及主要内容、旅游规划与其他规划的关系等进行全面综合阐述。重点是旅游规划界定、旅游规划的研究对象与研究内容、旅游规划的编制步骤及主要内容。难点是旅游规划界定、旅游规划与其他规划的关系。

1.1 旅游规划概述

近年来,随着旅游业的迅速发展,政府和投资商都看到了旅游业的商机,旅游规划逐渐流行起来。旅游规划是建立在旅游现象发生的前提之上,是以旅游地为研究核心的一种以全局优化设计而获取经济效益、社会效益和环境效益的活动。

1.1.1 旅游规划界定

规划是指对要进行的事业或具体工作进行总体部署和安排。墨菲(Murphy, 1985)认为,旅游规划是预测与调整旅游系统内的变化,以促进有秩序的开发,从而扩大旅游开发所产生的社会、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)认为旅游规划是在调查研究与评价的基础上寻求旅游业对人类福利及环境质量的最优贡献的过程。马勇先生等学者认为,旅游规划是在旅游系统发展现状调查评价的基础上,结合社会、经济和文化的发展趋势以及旅游系统的发展规律,以优化总体布局、完善功能结构以及推进旅游系统与社会和谐发展为目的的战略设计和实施的动态过程。

本书认为,旅游规划就是以旅游地为研究对象,以当地的旅游资源为依托,以市场需求为导向,运用适当的经济、技术手段,按照协调的思路对旅游地进行全局优化设计,对旅游地发展的各项旅游要素进行统筹部署和具体安排,以获得可持续的经济、社会、环境效益。

1.1.2 旅游规划分类

从不同的角度,对旅游规划的分类不同,通常有以下分类方式。

(1) 按旅游规划的空间尺度分类:国际协调规划、国家全面规划、区域综合规划、旅游地或旅游景点综合规划。

(2) 按旅游发展规划的范围和政府管理层次分类:全国旅游业发展规划、区域旅游业发展规划和地方旅游业发展规划。地方旅游业发展规划又可分为省级旅游业发展规划、地市级旅游业发展规划和县级旅游业发展规划等。

(3) 按旅游发展规划时间尺度分类: 近期发展规划(3~5年)、中期发展规划(5~10年)或远期发展规划(10~20年)。

(4) 按旅游区规划层次分类: 总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划等。

(5) 按旅游规划的内容分类: 旅游综合规划、旅游专题规划。

知识链接 1-1

旅游规划的种类

旅游规划包括旅游发展规划和旅游区规划。旅游发展规划是根据旅游业的历史、现状和市场要素的变化所制定的目标体系,以及为实现目标体系在特定的发展条件下对旅游发展的要素所做的安排。旅游区规划是指为了保护、开发、利用和经营管理旅游区,使其发挥多种功能和作用而进行的各项旅游要素的统筹部署和具体安排。

(资料来源:中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局. 旅游规划通则. 北京: 中国标准出版社, 2003)

1.2 旅游规划的思想

旅游规划是对旅游目的地系统进行规划的过程,旅游规划的系统思想在国内外已经日趋成熟。从国外旅游规划的区域发展模型到国内旅游系统论,国内外对旅游规划系统思想的研究也经历了不同的阶段。以下是对不同阶段国内外学者对旅游规划系统思想的研究综述。

1.2.1 旅游规划的系统思想

1. 国外旅游规划的系统思想

苏联学者B·C·普列奥布拉仁斯基(B. C. Preobrajensky)提出了游憩系统主要由以下5个相互联系的子系统组成,即游憩者群体、自然与文化综合体、技术与工程装备系统、服务人员群体以及相应的管理机构。在此基础上,他提出了地域游憩系统概念,构建了游憩系统的内外在联系,而且一直沿用至今。美国学者冈恩(Gunn)的区域发展模型显示出旅游的供给与需求是如何相互作用以促进区域旅游发展的,体现了旅游规划的系统思想,如图1-1所示。

体现可持续发展思想的集成的、可持续的旅游开发与规划十分盛行,1991年,澳大利亚学者爱德华·英斯基普(Edward Inskeep)出版的《旅游规划:一种集成的和可持续的方法》是这方面的代表作。1993年,澳大利亚学者罗斯·道灵(Rors Dowling),荷兰学者休伯特·范莱尔(Hubert VanLier),加拿大学者J·G·纳尔逊(J. G. Nelson)、R·巴特勒(R. Butler)和G·沃尔(G. Wall)分别阐明了旅游规划必须贯穿可持续发展思想。1995年4月的“可持续旅游发展世界会议”,通过了《可持续旅游发展宪章》和《可持续旅游发展

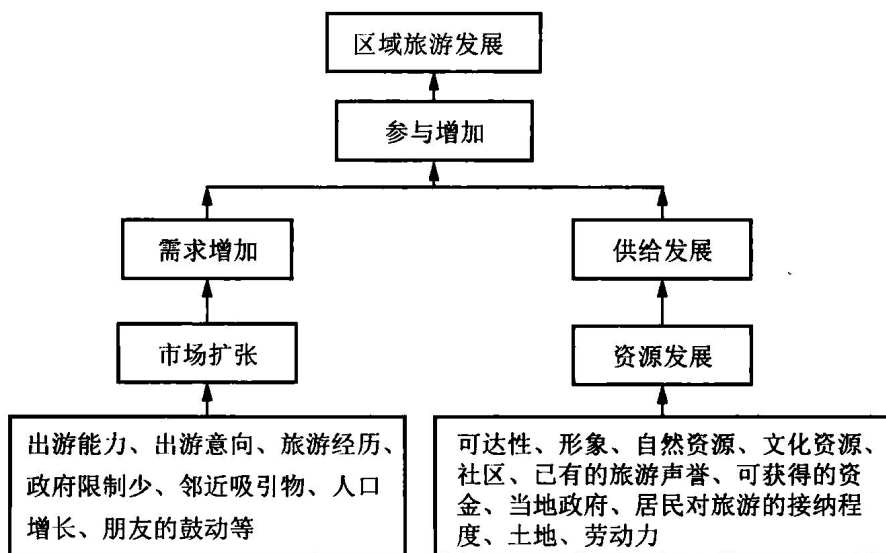


图 1-1 区域旅游发展

行动计划》，确立了可持续发展的思想方法在旅游资源保护、开发和规划中的地位，并明确规定了旅游规划中要执行的行动。1997 年 6 月制定的《关于旅游业的 21 世纪议程》也把“可持续旅游业发展的规划”作为其行动框架中一个重要的优先领域。1998 年，土耳其学者塞瓦特·托桑(Cevat Tosun)探索了不可持续旅游发展的根源。1999 年，美国学者达曼提斯(Diamantis)发表《旅游全球绿色战略》一文。2000 年，新西兰学者皮尔斯(Pearce)对旅游规划内容进行了总结。美国学者 S·哈森(S. Hassan)研究了可持续旅游发展的市场竞争问题。

目前，可持续发展的旅游规划思想在旅游规划中起着主导作用，它代表着当代旅游规划思想的主流。瑞典的李(Lee)甚至提出“可持续旅游目的地”概念。2002 年，英国学者沙维尔·弗朗特(Xavier Front)提出采用环境许可证的管理手段促进生态旅游和可持续旅游发展。

2. 中国旅游规划的系统思想

陈传康先生在大量实证研究基础上，归纳了旅游开发的基本原理，总结了旅游开发 7 种模式。孙文昌先生对旅游开发的内容进行系统阐述，注重理论与实践的结合。1997 年，王兴中探讨了中国旅游资源开发模式与旅游区域可持续发展理念。此外还有，1993 年，海南旅游发展研究院和海南旅游规划服务中心出版的《海南省旅游规划与旅游开发》；1993 年，丁文魁先生的《风景科学导论》；1994 年，郭来喜先生等所作的《中国黄金海岸开发研究》；1997 年，邹树梅先生的《旅游开发与宏观调控》；郭康先生的《旅游开发研究》以及由孙文昌先生主持的中国旅游区域开发学会 1990—2000 年相继出版的七部论文集。实际上，上述成果已经体现了旅游规划的系统论思想。20 世纪末，针对国内旅游规划中存在的一些问题，许多学者(吴必虎博士，杨新军博士，1998；王家骏，刘峰博士，1999；唐飞、陶伟，2001；王云才博士，2002；郭伟博士，2003；等)提出了一种把旅游

系统作为规划对象,以可持续发展思想为指导,引入系统科学理论的动态的旅游系统规划新思路。这意味着将系统思想引入到旅游规划工作尚待深入。表1-1总结了旅游规划的主导思想及其形成时间和主要特征。

表 1-1 中国旅游规划的主导思想演变

时间	20 世纪 80 年代	20 世纪 90 年代初	20 世纪 90 年代中	21 世纪初	目 前
主导思想	资源导向	市场—资源导向	资源—产品—市场; 形象—市场—资源	大旅游观,旅游系统论萌芽	旅游系统论
表现形式	风景区开发为主	主题园开发为主或以旅游区、度假区开发为名搞房地产开发	市场开发和产品优化,塑造旅游形象	注重区域整体开发包括在全国开展创建中国优秀旅游城市活动	注重区域联合开发
空间尺度	区域性、战略性开发	突出具体旅游项目设计与开发	区域开发与具体旅游项目相结合	城市旅游系统开发	旅游目的地开发
典型事件	中国各地的风景区开发	深圳主题公园;国家级旅游度假区的开发	洛阳市旅游发展总体规划;深圳宝安区旅游发展规划	秦皇岛市旅游发展实施计划纲要	曲阜国际旅游目的地开发

1.2.2 旅游规划的其他思想

旅游规划思想方法是旅游规划中的核心问题,在旅游规划中起着关键性指导作用。结合国内外研究现状,总结出现今旅游规划的主要思想方法。

1. 大旅游的思想

近几年,随着旅游业的发展,对于旅游规划涉及的旅游资源、旅游市场、旅游产品、旅游战略等方面的研究不断深入,形成了“大旅游”的思想方法。所谓大旅游,国内对于其定义并未形成统一的认识,一般认为它是在系统思想及可持续理论的指导下产生的。这种思想强调把旅游作为一个开放的系统,将旅游目的地的全部作为旅游业的一个整体来对待,注重这一整体各部分之间的相互协调与有机结合,使旅游业对区域经济和社会发展等方面的乘数效应得以最大程度地发挥。

在大旅游思想指导下,旅游规划要深入挖掘利用旅游资源,积极开拓各类客源市场,加强旅游区域合作,延伸旅游产业链条,树立大品牌观和整合营销理念,促使经济效益、社会效益和生态效益的综合平衡发展。

2. 可持续规划的思想

可持续规划的思想方法是旅游规划中的核心思想,它要求在进行任何开发时一定要满足需求与环境承受力两方面的内容,将旅游产生的影响控制在资源和环境可以承受的范围之内。从其深层次包含的意义来看它要求人们在进行旅游开发规划时,在考虑自己的需求和消费时,也要对未来后代人的需求与消费负起责任,以此保证各代人都有同样的发展机会。

旅游可持续发展思想强调以旅游开发规划的组合效应评价为出发点,以谋求旅游开发规划的长期价值为目标,关注旅游的生态效益。在可持续规划的思想指导下,要确保旅游经济的可持续性、生态环境的可持续性和社会文化的可持续性,做动态旅游开发规划,既要求能解决不同空间尺度的连续一致性,又要求能处理近期、中期、远期等不同时间尺度的连续一致性。

3. 体验经济的思想

在体验经济时代,随着旅游者旅游经历的日益丰富,旅游消费观念的日益成熟,旅游者对体验的需求日益高涨,他们已不再满足于大众化的旅游产品,更渴望追求个性化、体验化、情感化、休闲化以及美化的旅游经历。旅游作为人们求新、求异、求知的重要途径,本身也是体验。在体验经济思想的指导下,旅游规划应利用当地旅游资源,分析客源市场的需求特征,确定规划主题形象、功能分区和发展战略,进而设计体验产品,营造体验氛围,实施体验营销,以满足旅游者对旅游地的体验需求。



案例分析 1-1

“主题+体验”系列旅游产品开发

为了落实长三角区域旅游一体化合作框架协议,提升区域旅游产品能级,优化区域旅游产品结构,共建世界级旅游城市群,2011年8月17日,沪苏浙皖3省1市旅游局共同签署了《研发和推广长三角城市群“主题+体验”系列旅游产品3年行动计划》,为长江三角洲地区的广大市民和中外旅游者游览长三角地区提供更多的名牌产品和品质服务。由上海市旅游局、江苏省旅游局、浙江省旅游局和安徽省旅游局共同主办,上海市人民政府发展研究中心、长江三角洲城市经济协调会办公室、上海长江开发促进会、长三角城市群旅游专题合作工作小组、项目推广战略媒体、专项产品组团旅行社共同合办的2011年研发和推广长三角城市群茶香文化体验之旅区域专项产品,旨在通过挖掘江南独特的茶院、茶乡、茶园、茶馆、茶艺、茶市、茶会、茶席等茶文化旅游资源,让中外游客亲身体验和感受江南茶文化。以“茶传古今,香飘中外”为主题的长三角城市群茶香文化体验之旅示范点和礼茶品牌遴选成果12月6日揭晓,经过茶香文化主题阐述,要素题材征集,行业协会学会认定,相关部门推荐,项目专家组评审,遴选出了长三角城市群茶香文化体验之旅40个示范点和20个礼茶品牌。上海豫园湖心亭茶楼、苏州东山/西山茶园、湖州长兴大唐贡茶院、黄山徽州茶院等40个示范点和上海“叙友”牌四季祝福茶、南京“昊月”牌雨花茶、杭州“贡”牌西湖龙井茶、黄山“谢裕大”牌黄山毛峰等20个礼茶品牌榜上有名。

思考题:请问你对体验旅游的理解,在开发体验旅游产品时应该考虑哪些问题?

4. 社区规划的思想

国外在旅游规划研究中提出社区规划思想。最早是彼得·墨菲(Peter E. Murphy)(1983年)在其《旅游:一个社区方法》一书中较为详细地阐述了旅游业对社区的影响及社区对旅游的响应,以及如何从社区角度去开发和规划旅游。社区规划思想是新时期旅游规划的重要思想方法,社区旅游规划是让社区居民参与旅游规划的全过程,社区居民在旅游规划中可以参与讨论重大旅游项目的设计、立项,协助制订面向当地居民的就业政策等,以此为旅游者提供一个充满人文关怀的目的地,提倡“以人为本”理念。社区规划可提高旅游者旅游体验的真实性,满足旅游者多样化需求;同时,增加旅游规划的可行性,推动当地经济、社会文化与生态环境的协调、持续发展。

1.2.3 旅游规划与旅游开发

以往学者从不同角度对旅游规划、旅游开发进行了界定,目前尚未形成统一认识。本书认为,旅游开发与旅游规划既有联系但又不是完全等同的两个概念。

从概念及研究内容上来看,旅游开发包括旅游规划。旅游开发的过程包含旅游规划、旅游建设、旅游经营与旅游管理这四个阶段;旅游开发的内容不仅包括旅游规划,还涉及旅游地的建设、经营、管理等一系列工作,旅游开发的最终目的是通过旅游规划与旅游地的建设、经营与管理相结合,使得旅游规划的最终成果——旅游规划文本能够得到真正落实。

旅游规划是旅游开发中的重要环节与实施依据。旅游开发是从战略构想到经营策划的复杂的、循序渐进的过程,在这个过程中,各种旅游开发要素会不断发生变化,为保证旅游开发的有序进行,规避旅游投资开发风险,在旅游开发之前做好旅游规划是旅游开发中的重要环节,是旅游开发的行动指南及行动纲领。

总之,在旅游开发过程中包含旅游规划,旅游规划是旅游开发的重要组成部分,而旅游开发是将旅游规划实施、调整、再落实的动态过程。

旅游开发过程的第一步即旅游规划,旅游规划是旅游地建设、经营和管理的前提,是对旅游地今后开发做出的宏观和具体的安排。旅游规划是旅游地开发过程中的重要的组成部分,因此,旅游规划概念的界定以及旅游开发与旅游规划关系的研究对旅游规划的深入认识具有深刻意义。

知识链接 1-2

旅游规划与旅游开发

以往将旅游开发狭义地理解为建设旅游项目或组织旅游活动,把旅游开发与旅游规划并列起来,导致规划的制订和实施之间存在脱节。1979年世界旅游组织的第一份全球范围内的旅游规划调查报告指出,只有55.5%的规划和方案被实施。中国的有关抽样统计,在现有旅游开发区中只有1/3已步入运转良好的正常轨道,并呈继续兴旺之势;1/3的运转维持现状,但未出现期望的火爆;还有1/3的开发区经过短暂的招商热潮之后,市场并未真正启动和运转起来,正在渐渐归入沉寂。其中关键问题是仅仅重视了旅游规划本身,却忽视了接下来的建设、经营和管理,导致旅游规划成为一纸空文或束之高阁;旅游企业经营管理只注重自身利益,不顾旅游业整体发展;旅游项目重复建设,一方面造成人、财、物的浪费;另一方面造成市场混乱,恶性竞争。

有的学者将旅游开发特指旅游业开发,毫无疑问,旅游活动的经济学意义应该受到极大重视,但仅仅将旅游活动视为经济活动,而忽视其社会作用和环境作用,即忽视了旅游活动作为人生教育手段,满足文化需求,劳动力的恢复与发展,对环境的正反两方面的影响等更深层次的意义,显然是不可取的。旅游开发应侧重于旅游地整体开发,而不仅是对旅游业开发。当然,强调旅游开发并非大而全的开发。它是地理区位分工合作要求,是因地制宜充分发挥自身优势的開發;是依据旅游地自身的自然、经济和社会特点以及发展状态和潜力,进行最优组合和有序协同运作下的综合开发。

1.3 旅游规划的研究对象与内容

1.3.1 旅游规划的研究对象

旅游规划的研究对象就是旅游地。旅游地也称为旅游目的地。在传统旅游理论上,旅游目的地的范围更多的是从地理意义上划分的,如按城市、国家、岛屿划分,但随着旅游业的发展,现在人们发现目的地更多的是一个因人而异的主观概念。例如,对于一个德国商务旅游者来说,伦敦是一个目的地。而对于一个日本度假旅游者来说,整个欧洲是一个目的地。或者以游船为例,有的人认为游船本身就是目的地,有的人则认为游船沿途停靠的口岸才是目的地。当然目的地有时会因地理上或政治上的障碍物而被人为地划分开来,这不能反映消费者的意愿和旅游业的功能,最突出的例子是阿尔卑斯山滑雪区被法国、奥地利、瑞士和意大利4个国家分别经营。为研究方便,人们把目的地的界限划分定义为一个特定的地理区域,被旅游者公认是一个独立完整的个体,有统一的旅游业管理和规划的政策司法框架,即有统一的目的地管理机构。这个概念强调了从旅游者角度看待旅游地,而不是从城市或国家等旅游地自身的角度,因为旅游者需求的整体性和连续性,旅游地包含的范围更广,要素和内容更多,相互间关系更复杂,所以可以将旅游地视为一个复合系统。

按照空间尺度和地域大小,旅游地总体上可以分成7类。

- (1) 跨国旅游地,如南美玛雅文化旅游区,阿尔卑斯山滑雪区。
- (2) 国家旅游地。一个独立的国家或地区都可以视为一个旅游地,如中国。
- (3) 跨省旅游地,如中国香格里拉生态旅游区。
- (4) 省级旅游地。在行政区划的既定情况下,在中国现实工作中,具有重要意义,如云南省旅游地。
- (5) 跨城市旅游地,如苏(州)杭(州)旅游地。
- (6) 城市旅游地。城市是最重要的旅游地类型。从中国旅游发展情况看,更多地把城市作为客源的集散地,却忽视了其目的地的功能。20世纪90年代后期才给予重视,如深圳、广州。
- (7) 主体旅游功能突出的旅游地,如度假旅游地、探险旅游地、森林旅游地等。但不是一般所说的旅游景区、景点概念,大尺度的旅游景区与其有相重合的一面,若干旅游景点可能构成一个主体旅游功能突出的旅游地,但只就一个景点本身不足以构成一种类型的旅游地,如黑龙江省莲花湖旅游区。

以上分类之间有相重合的一面,如各类不同主体旅游功能突出的旅游地构成一个城市旅游地的全面形态,各个城市旅游地构成一个省级和国家级整体旅游地,各个国家旅游地或其中一部分组合构成跨国旅游地;也有相区别的一面,其中跨国旅游地、国家旅游地是大尺度的概念,跨省旅游地、省级旅游地、跨城市旅游地、城市旅游地是中尺度概念,主体旅游功能突出的旅游地是中等偏小尺度的概念。