



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

旅游资源开发与规划

孟爱云 主编



知识点新 关注学科前沿热点
信息量大 组合多种知识模块
实践性强 分析实例验证理论



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

旅游资源开发与规划

孟爱云 主 编

金英梅 牛 宁 杨 娇 副主编



01919866



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书是 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, 旅游资源开发与规划课程属于专业必修课。本书从旅游资源开发与规划的概念体系入手, 在区位论、区域空间结构理论等的指导下, 系统阐述了旅游资源开发与规划的基本内容和主要方法, 结合国内外大量经典案例, 剖析了旅游规划过程中涉及的旅游资源、旅游市场、旅游产品、旅游地形象、环境影响、实施与监控等问题。

本书可作为普通高等院校旅游管理专业相关课程的专门教材, 可作为城乡规划、区域经济等相关专业的参考书, 也可供从事旅游开发、规划、经营与管理的相关人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游资源开发与规划/孟爱云主编. —北京: 北京大学出版社, 2013.5

(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 978-7-301-22451-9

I. ①旅… II. ①孟… III. ①旅游资源开发—高等学校—教材②旅游资源—旅游规划—高等学校—教材 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 081522 号

书 名: 旅游资源开发与规划

著作责任者: 孟爱云 主编

策划编辑: 刘 嵩

责任编辑: 刘 嵩

标准书号: ISBN 978-7-301-22451-9/C·0897

出版发行: 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> 新浪官方微博: @北京大学出版社

电子信箱: pup_6@163.com

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

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16 印张 381 千字

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 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 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前言

随着中国旅游业的飞速发展,旅游资源的开发保护工作进入了新的阶段,取得了很大的成就,不仅使原有的旅游资源得到合理、科学的开发和保护,还促成许多新的适应国际旅游发展趋势的资源和产品得到研发,使旅游资源的内涵和外延得到进一步的充实和扩大。但在旅游业规模和效益扩张的同时,各地旅游资源开发方面也出现了诸如重复建设、盲目粗放式开发、无序过度开发等导致资源浪费、资源供需失衡的问题。因此,有必要在科学理论的指导下,对旅游资源进行科学的规划,以实现旅游业的可持续发展。同时,面对旅游资源开发的新要求和旅游业发展的新形势,需要培养出具有旅游开发新理念、掌握旅游规划基本知识与技能的旅游开发、规划与管理人才。“十二五”期间,我国旅游业将通过推动实施人才培养的“工学结合”模式,加强应用型人才的培养。无论是从培养适应旅游资源开发与规划需求的应用型人才的角度出发,还是从有效解决目前旅游资源开发所面临的问题的角度出发,都需要一本具有时代性,注入新信息和新内容的旅游资源开发与规划教材以供指导。

本书是编者近年来从事旅游资源开发与规划教学工作的总结。除吸收大量国内外相关教材与著作的精华外,编者还将多年的教学体会、规划案例等融入其中,旨在构建指导旅游资源合理开发的科学的旅游规划体系,在与国内外旅游资源开发与规划的先进理念接轨的同时,指导当前中国旅游发展的实践。本书共分为10章:第1章主要阐述旅游资源开发与规划的概念体系,帮助学生了解全书的核心概念;第2章主要介绍旅游资源开发与规划所依据的基本理论;第3章主要阐述旅游资源开发的内容与旅游规划的基本规范;第4章重点研究旅游规划中旅游资源调查与评价等相关问题;第5章从旅游市场分析的角度,探讨旅游市场定位与预测等问题;第6章重点研究旅游产品开发问题;第7章和第8章重点关注旅游地形象定位、功能分区与空间布局问题;第9章主要论述旅游规划实施可能产生的环境影响;第10章主要关注旅游规划实施的影响因素、效果评估等问题。

本书主要具有以下特点。

一是体例新颖,信息量大。在编写体例上,每章设置有学习目标、导入案例、知识链接、补充阅读、应用实例、本章小结、关键术语、复习思考题等版块,使学生在准确、快速地把握每章重点内容的同时,激发其对相关问题的兴趣,拓宽知识结构,引发思考。在全书基本的知识架构外,还注入了大量扩展性和时代性强的阅读资料,使学生能及时了解本学科的前沿热点问题和未来的发展趋势。

二是案例丰富,实践性强。每章都安排有不同类型的案例:以当前热点问题作为导入案例引出全章论述的主要内容;以指导实践操作的应用实例验证相关理论与方法;以总结式的案例分析题探讨目前存在问题的解决途径。每类案例都设计有相关的分析与思考,通过开放式习题锻炼学生的逻辑思维能力,全方位考查学生对知识的掌握程度。

三是实用易懂，可读性强。为实现应用型人才培养的目标，本书在适度的基础知识与理论体系的指导下，重点介绍相关领域就业所需的专业知识与技能，突出实用性与可操作性，重在培养学生的职业意识与职业能力。全书语言简洁、表述清晰，具有较强的可读性。

本书由东北师范大学历史文化学院旅游管理系的孟爱云、金英梅，内蒙古财经大学旅游学院的杨桥，广东外语艺术职业学院的牛宁共同编写，由孟爱云任主编。具体分工如下：孟爱云编写第1—5章、第7章、第9章，金英梅编写第6章，杨娇编写第8章，牛宁编写第10章。孟爱云负责体例的设计、内容和结构的安排及全书的统稿工作，耿进娜、谭富美参与了校稿工作。

在编写本书的过程中，编者得到了北京大学出版社的大力支持与帮助，在此表示衷心感谢！

本书是旅游教材的编写与旅游人才培育模式改变、旅游教学方法改革相结合的实践成果。由于编者的水平有限，书中难免存在不足之处，恳请广大读者批评指正。编者将进一步整理搜集新资料，通过新的研究实践，使本书日臻完善。

编者
2013年2月

目 录

第 1 章 旅游资源开发与规划的概念体系 1	
1.1 旅游资源..... 2	
1.1.1 旅游资源的概念..... 2	
1.1.2 旅游资源的特征..... 3	
1.2 旅游开发..... 5	
1.2.1 旅游开发的概念..... 5	
1.2.2 旅游资源开发的概念..... 6	
1.3 旅游规划..... 7	
1.3.1 旅游规划的概念..... 7	
1.3.2 旅游规划的类型..... 9	
第 2 章 旅游资源开发与规划的理论基础 14	
2.1 区位理论..... 15	
2.1.1 区位理论的内涵及发展..... 15	
2.1.2 旅游区位研究..... 17	
2.2 区域空间结构理论..... 21	
2.2.1 增长极理论..... 21	
2.2.2 核心—边缘理论..... 22	
2.2.3 点轴渐进扩散理论..... 24	
2.3 旅游地生命周期理论..... 26	
2.3.1 旅游地生命周期理论的内涵... 26	
2.3.2 旅游地生命周期理论的应用... 28	
2.4 竞争力理论..... 29	
2.4.1 竞争力理论的内涵..... 29	
2.4.2 竞争力理论的应用..... 30	
2.5 可持续发展理论..... 30	
2.5.1 可持续发展理论的内涵..... 30	
2.5.2 可持续旅游发展..... 31	
第 3 章 旅游资源开发与规划的内容与范式 34	
3.1 旅游资源开发的原则、内容与模式... 35	
3.1.1 旅游资源开发的原则..... 35	
3.1.2 旅游资源开发的内容..... 36	
3.1.3 旅游资源开发的模式..... 38	
3.2 旅游规划的程序与范式..... 44	
3.2.1 旅游规划的一般程序..... 44	
3.2.2 旅游规划的基本规范..... 48	
第 4 章 旅游资源分类、调查与评价 60	
4.1 旅游资源的分类..... 61	
4.1.1 旅游资源分类的原则..... 62	
4.1.2 旅游资源的分类方案..... 62	
4.2 旅游资源的调查..... 70	
4.2.1 旅游资源调查的类型..... 70	
4.2.2 旅游资源调查的内容..... 72	
4.2.3 旅游资源调查的方法..... 74	
4.2.4 旅游资源调查的程序..... 76	
4.3 旅游资源的评价..... 86	
4.3.1 旅游资源评价的目的与原则... 86	
4.3.2 旅游资源利用价值评价..... 87	
4.3.3 旅游资源货币价值评价..... 102	
第 5 章 旅游市场调查、分析与预测 114	
5.1 旅游市场调查..... 115	
5.1.1 旅游市场调查的内容..... 115	
5.1.2 旅游市场调查的方法..... 116	
5.2 旅游市场分析与定位..... 121	
5.2.1 旅游市场分析..... 121	
5.2.2 旅游市场细分..... 128	
5.2.3 旅游目标市场选择..... 133	
5.2.4 旅游市场定位..... 135	
5.3 旅游市场预测..... 140	
5.3.1 旅游市场预测的内容..... 140	
5.3.2 旅游市场预测的方法..... 140	
第 6 章 旅游产品规划与开发 147	
6.1 旅游产品开发概述..... 148	

6.1.1	旅游产品的含义	148	8.3.2	旅游线路的优化设计	200
6.1.2	旅游产品的层次	149	第9章	旅游规划的环境影响评价	207
6.1.3	旅游产品开发的内容与原则	150	9.1	旅游规划的环境影响识别	208
6.2	旅游产品开发策略	152	9.1.1	旅游规划对生态环境的影响	209
6.2.1	单项旅游产品开发步骤	152	9.1.2	旅游规划对社会文化的影响	212
6.2.2	目的地旅游产品体系规划	157	9.1.3	旅游规划对经济发展的影响	215
6.3	旅游产品开发的技术方法	161	9.2	旅游规划的环境影响评估	217
6.3.1	RMP模式与RMIP模式	161	9.2.1	旅游规划的生态环境影响评估	217
6.3.2	双筛法与漏斗法	162	9.2.2	旅游规划的社会经济影响评估	219
第7章	旅游地形象定位与传播	167	9.3	旅游规划的环境影响控制	222
7.1	旅游地形象的内涵及构成	168	9.3.1	旅游规划生态环境影响的控制	222
7.1.1	旅游地形象的内涵	168	9.3.2	旅游规划社会经济影响的控制	223
7.1.2	旅游地形象的构成	169	第10章	旅游规划的实施与监控	228
7.2	旅游地形象设计	173	10.1	影响旅游规划实施的环境因素	229
7.2.1	旅游地形象定位	173	10.1.1	外部环境	229
7.2.2	旅游形象口号设计	177	10.1.2	内部环境	232
7.2.3	旅游形象视觉符号设计	179	10.2	旅游规划实施的方法	238
7.3	旅游地形象的塑造与传播	184	10.2.1	确定规划实施主体	238
7.3.1	广告宣传	184	10.2.2	各部门的协调合作与共同参与	238
7.3.2	公关策划	184	10.2.3	旅游行动计划	238
7.3.3	节事活动	184	10.2.4	项目规划与开发	239
7.3.4	优惠策略	184	10.3	旅游规划实施的监控和评估	240
7.3.5	网络传播	185	10.3.1	旅游规划实施的监控	240
第8章	旅游地功能分区与空间布局	188	10.3.2	旅游规划实施的评估	240
8.1	旅游地功能分区	189	参考文献		246
8.1.1	旅游地功能分区的概念	189			
8.1.2	旅游地功能分区的原则	190			
8.1.3	旅游地功能区的类型	191			
8.2	旅游地空间结构构成及演变	193			
8.2.1	旅游地空间结构构成要素	194			
8.2.2	旅游地空间结构演变	195			
8.3	旅游地空间布局	198			
8.3.1	旅游地空间布局模式	198			

第1章 旅游资源开发与规划的概念体系

学习目标

- 掌握旅游资源的基本概念及特征。
- 了解旅游开发与旅游资源开发之间的关系。
- 熟悉旅游规划的概念及基本类型。

导入案例

桃源文化旅游资源

《桃花源记》(约著于公元421年)是东晋著名诗人陶渊明(365—427年)传世三大奇文(《桃花源记》、《归去来兮辞》、《五柳先生传》)之一,自唐后开始受到肯定和赞赏,熏陶了无数后来诗人,经过历代著名文人士大夫的传承和演绎,影响深远。该文奠定了陶渊明在我国文学史上无与伦比的地位,使其形成独树一帜的文学流派。人们不仅被其精湛绝伦之词句所惊叹,更对其笔下的桃源意境有所向往。千百年来,人们将桃花盛开、生态绝美、和谐亲善、民风淳朴的乡村田园称为“世外桃源”。

桃源文化在我国传承和传播过程中形成丰富的物质和非物质旅游资源,主要有以下三大类。

首先是诗歌,桃源文化有很高的忠诚度。桃源文化对我国传统文化影响深刻,许多著名文人都受其感染而进行附和及模仿,逐步形成一种文学流派。例如,唐代王维《桃源行》“春来遍是桃花水,不辨仙源何处寻”,张旭《桃花溪》“桃花尽日随流水,洞在清溪何处边”,刘禹锡《桃源行》“桃花满溪水似镜,尘心如垢洗不去”,以及清代梅尧臣《桃花源诗》“武陵源中深隐人,共将鸡犬栽桃花”和北宋王安石《桃源行》“避时不独商山翁,亦有桃源种桃者”。除此之外,在小说、散文和书画及影视、歌曲、动漫等现代文艺作品中也有传播,如电影《暗恋桃花源》歌曲《桃花源记》等。

其次是地名,桃源文化有很高的知名度。“桃源”在古今的地名中也屡有出现,如湖南省常德市桃源县、桐庐县桃源庄,山东省曹县桃源集,江苏省泗阳县桃源驿,浙江省天台县桃源洞,福建省龙溪县和大田县均有桃源洞等。

最后是遗迹,桃源文化有极高的美誉度。对桃源文化的推崇备至促使历代文人志士仿造桃花源,在我国留下了众多的历史印记和文化遗存,为旅游产业发展留下了丰富的旅游资源。据资料记载,在我国,有历史记载的桃源文化遗迹或印记的旅游资源就有十多处,包括湖南省常德市桃源县的桃花源;江西省庐山的“康王谷”;重庆市酉阳土家族自治县大

酉洞桃花源；安徽省黟县赤岭村桃花源；浙江省天台县桃源洞；山东省掖县(今莱州市)山中的桃花源和泰山西北麓的桃花峪；福建省永安市桃源洞；湖北省九宫山留祖村桃花源等。

(资料来源：黄少辉，张冬良，陈波，等. 桃源文化旅游探究——以常德桃花源为例[J].

热带地理，2011，31(1).)

随着旅游业的发展，和旅游资源开发与规划相关的概念受到了众多学者的关注，出现了大量关于这些概念的界定与阐述。但由于研究出发点的差异，学者们的理解与认识各不相同，还没有形成能为学界所公认的定义。尽管如此，目前关于概念的核心部分已达成共识，这就为正确理解相关概念的核心内涵，并利用其来指导实际工作奠定了基础。

1.1 旅游资源

1.1.1 旅游资源的概念

旅游资源具有资源的一般属性，是自然界和人类社会客观存在的有用之物。随着旅游业的发展，“旅游资源”一词已被人们所认同，并得到了广泛应用，许多学者对这一概念进行了有益的探讨。但由于研究侧重点的不同，对这一概念的具体界定存在着不同的认识，出现了许多关于旅游资源定义的阐述。

国外学者一般采用的是旅游吸引物的概念，主要指旅游地吸引旅游者所有因素的总和，包括旅游资源、适宜的接待设施、优良的服务与劳务，甚至还包括快捷舒适的旅游交通条件。

国内学者关于旅游资源概念的界定可大致概括为以下四类观点。

第一类观点：从旅游者(需求)角度进行界定，认为凡是对旅游者具有吸引力的要素(自然、社会和其他要素，也包括现代人工创造物)都是旅游资源(陈传康，1990；保继刚，1993)。

第二类观点：广义的旅游资源观将劳务(即旅游业的服务)也包括在内(郭来喜，1985)，更宽泛的界定是将客源市场、旅游地资源、旅游服务及旅游服务设施等都包括在内(杨振之，1997)。

第三类观点：从旅游需求与旅游供给结合的角度进行界定，认为旅游资源既要能够吸引旅游者，也要能够为旅游业所利用并产生效益，那些仅仅能够吸引旅游者而不能为旅游业所利用的条件和因素，无法转化为旅游产品，无法为旅游业带来效益，只能是“潜在的旅游资源”(孙文昌，1989；王兴斌，2000)。

第四类观点：旅游资源是指客观存在于一定地域空间并因其所具有的愉悦价值而使旅游者为之向往的自然存在、历史文化遗产或社会现象。旅游资源是客观存在的，不包括那些不依赖既有旅游资源而仅凭生产企业的人力、财力、物力创造出来的人造景观(谢彦君，2004)。

在众多的观点中，都将事物是否对旅游者具有吸引力作为旅游资源的一个主要衡量标准，因此可以认为旅游资源具有吸引旅游者这一属性是旅游资源概念的核心。

旅游资源概念争议的焦点主要在于：旅游资源的范畴，即现代人工创造物、劳务等是否属于旅游资源；旅游资源应从旅游者、旅游活动的角度，还是从旅游业发展的角度进行界定。



本书采纳的是中华人民共和国国家标准 GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》中对旅游资源概念的界定：自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。

知识链接

旅游资源分类、调查与评价

GB/T 18972—2003《旅游资源分类、调查与评价》由国家旅游局提出，内容由中国科学院地理科学与资源研究所、国家旅游局规划发展与财务司起草。主要起草人员：尹泽生、魏小安、张吉林、汪黎明、陈田、牛亚菲、李宝田、潘肖澎、周梅、石建国。文本包括三个核心内容：旅游资源分类、旅游资源调查、旅游资源评价。

该标准在充分考虑了前人研究成果，特别是1992年出版的《中国旅游资源普查规范(试行稿)》的学术研究和广泛实践的基础上，对旅游资源的类型划分、调查、评价的实用技术和方法进行了较深层次的探讨，目的是为了更加适用于旅游资源开发与保护、旅游规划与项目建设、旅游行业管理与旅游法规建设、旅游资源信息管理与开发利用等方面的工作。

该标准是一部应用性质的技术标准，主要适用于旅游界，对其他行业和部门的资源开发也有一定的参考意义。

1.1.2 旅游资源的特征

旅游资源的基本特征是旅游资源固有的，区别于其他资源的属性。旅游资源作为资源的一部分，不仅具有资源的共性，同时由于受地理环境、旅游活动和人类审美观差异等因素的影响，还具有若干区别于其他资源的基本特征。

1. 美学特征与可观赏性

旅游资源与其他资源的主要区别在于它有美学特征，这一特征使其具有可观赏性并对旅游者产生吸引力。观赏活动是所有旅游过程中都不可缺少的内容，观赏价值构成旅游资源价值的核心。旅游资源对于旅游者的效用主要体现在能使旅游者获得愉悦的心理体验，无论是名山大川、奇石异洞、海湖泉瀑，还是文物古迹、民族风情，都应该具备这样的基本功能。旅游资源的美学特征越突出，观赏性越强，对旅游者的吸引力越大。

2. 地域特征与不可移动性

自然地理环境与社会经济环境的地域差异导致形成于其背景下的旅游资源具有鲜明的地域特征。不同的旅游资源存在于特定的自然条件和历史文化氛围中，正是由于不同区域旅游资源之间的差异性，才形成了旅游者的空间流动，使旅游活动得以进行。

区域旅游资源的形成背景是不能异地复制的，因而旅游资源具有不可替代性和不可移动性。即便在某种情况下，将其中的某项旅游资源迁移至他处，也会改变其固有的特性，使其吸引力消失或大大降低。例如，民族风情主题园仿制的诸如竹楼、蒙古包等民族村寨或居室，因缺乏地域背景、周边环境与民族习俗等的依托，旅游者体验大打折扣。

3. 永续性与不可再生性

一般来说,旅游资源不会在旅游活动中被旅游者消耗掉,旅游者只能在旅游活动中使用这些资源,因此大多数旅游资源可长期供人们开发利用,只要保护得当,是可以永续利用的。

但是,在旅游资源的开发利用过程中,也存在着因利用不当而使旅游资源质量下降,甚至完全被破坏的问题。无论是自然景观还是历史遗存,一旦被破坏,就很难恢复,即使进行人工复原,也已不再是原貌了。旅游资源的开发必须建立在与保护相结合的前提下,只有这样才能减少自然的损耗和人为的破坏,使旅游资源得以持续利用。

4. 季节性与时代性

旅游资源有随季节变化的特征,其季节性变化主要是由自然地理条件,尤其是气候条件的季节变化决定的。旅游资源的季节性一方面表现在某些自然景色只在特定的季节和时间出现。例如,吉林雾凇只有入冬之后才可能形成,洛阳牡丹花在4月中旬观赏最佳等。另一方面表现在同样的景物在不同季节里呈现出不同的特征,如西湖十景中的苏堤春晓、曲院风荷、平湖秋月、断桥残雪等。

在不同的历史时期,不同的社会经济条件下,旅游资源的含义是不同的,同时由于人类审美观念的变化,无论是自然景观,还是历史古迹,都表现出很强的时代性。原本不是旅游资源的事物和因素,随着时间推移和旅游者需求的变化,也可以成为旅游资源,如古代帝王的宫殿和陵墓、古城墙、民居、火山喷发的岩浆、地震遗迹等。四川青川东河口地震遗址如图1.1所示。



图 1.1 四川青川东河口地震遗址

(图片来源: <http://www.gyxww.cn/travel/jpxl/200911/41958.html>)

补充阅读

洛阳牡丹花节

牡丹花的盛花期一般在4月中下旬至5月中旬,洛阳的牡丹花节就在这一时段举办。



每年的这段时间，整个洛阳市中牡丹花开遍，从大街小巷到公园郊野，到处都是盛放的牡丹花，全城几乎可以称得上是“花的海洋”。洛阳观赏牡丹的主要景点有王城公园、西苑公园、洛阳牡丹园、牡丹公园、市花卉博览中心。

牡丹花会的观赏项目和活动项目很多，游人在对牡丹一饱眼福之余，还可尽情地欣赏夜晚的灯展、白天的庙会及灿烂的牡丹文化——牡丹笔会、牡丹音乐晚会、牡丹诗词碑文、牡丹插花、牡丹盆景艺术展等。

应用实例 (一)

成都乡村旅游“五朵金花”

四川省成都市锦江区三圣乡位于城乡结合部，“五朵金花”其实就是三圣乡的五个小村子。这五个村子各有特色，包括红砂村的“花香农居”、万福村的“荷塘月色”、驸马村的“东篱菊园”、幸福村的“幸福梅林”、江家堰村的“江家菜地”。

“花香农居”是以小盆花、鲜花和旅游产业为主导的观光农业特色景区。“荷塘月色”以生态荷塘景观为载体，以绘画、音乐等艺术形态为主题，将湿地生态、荷花文化与艺术形式相统一，当地农户主要从事花卉、莲藕种植。“东篱菊园”以菊花为主体，拥有盆栽菊花120万余盆，景区内满园菊花与“红瓦粉墙”乡村别墅风格农居色彩缤纷、场景壮观。“江家菜地”以时令蔬菜、水果种植为主体，以“休闲、劳作、收获”的形式吸引游客认种蔬菜，体验乡村生活的惬意。“幸福梅林”围绕梅花文化和梅花种植欣赏的主题，有各色梅花20万余株，200多个品种，主要品种有字梅、江梅、宫粉、玉蝶、朱砂、垂枝梅、杏梅、樱李梅等。

以“花香农居”、“幸福梅林”、“江家菜地”、“东篱菊园”、“荷塘月色”命名的“五朵金花”为品牌的休闲观光农业区，现已成为国内外享有盛名的休闲旅游娱乐度假区，被评定为国家四星级风景旅游区。

“五朵金花”休闲观光农业区不仅整合了成都市城郊区域之间的农村旅游资源，而且将农村旅游与农业休闲观光、古镇旅游、节庆活动有机地结合起来，形成了以农家乐、乡村酒店、国家农业旅游示范区、旅游古镇等为主体的农村旅游发展业态，在不断提升成都市旅游总体实力的同时，还丰富了农村旅游的内涵，促进了农村休闲观光和农业的可持续发展。

(资料来源：张晓慧. 乡村旅游一体化战略发展路径及其启示——以成都五朵金花为例[J].

中国集体经济, 2011(3).)

分析与思考：

1. “五朵金花”是旅游资源吗？结合你对旅游资源内涵的认识，谈谈自己的看法。
2. 材料中提到的乡村旅游的突出特色主要体现在哪些方面？

1.2 旅游开发

1.2.1 旅游开发的概念

“开发”一词是经济学的概念，最初只为垦殖土地之意，随着近代工业的发展，除土地

外,植物、动物、水体、煤炭、石油等都可利用,变成财富,形成产业。这种将资源转变为产业的社会劳动过程就是开发。

旅游开发同其他产业开发有着相同性,即开发旅游资源形成旅游产业。因此,从广义上说,一国或一地区发展旅游产业的行为都可称为旅游开发。在这个意义上,旅游开发可以理解为战略与执行两个层面:战略意义上,旅游开发主要指的是旅游政策的制定和方案的设计;执行意义上,旅游开发是指某个区域或地区进行某个旅游项目或旅游区的开发建设,是方案的执行和政策的贯彻。

但由于旅游业是以招徕、接待旅游者为主要内容,因而比其他产业要复杂得多。旅游开发是一项综合性的社会经济活动和技术活动,涉及旅游资源状况和开发利用前景、客源市场分析与预测、国家或地方旅游开发政策、旅游开发地的经济承载能力及社会环境等因素。其中,既包括了旅游设施、旅游吸引物建设等旅游开发活动,也包括一些非技术活动的内容,如客源市场的开拓、生态环境的治理或社会环境的优化等问题。

旅游开发是为吸引和招徕旅游者而进行的旅游设施建设和培育旅游环境等综合性的社会和技术经济活动(王德刚,2007)。

这一概括包括以下几个方面的含义。

首先,旅游开发的直接目的是吸引和招徕旅游者,并以此来增加收入,促进地方经济的发展。

其次,旅游设施建设是旅游开发的主要内容。要吸引和招徕旅游者,就必须以一定的旅游吸引物和相应的服务设施建设为前提。在旅游学中,旅游设施是指能够适应和满足外来旅游者食、住、行、游、购、娱等需求的各种设施。这些设施和相应的服务的质量和规模代表着一个国家或地区旅游业的接待能力和旅游开发的水平。旅游设施主要包括食宿设施、交通设施、景物设施、购物设施、娱乐设施等。

最后,除进行旅游设施建设的技术经济活动外,旅游开发还包括了培育优良的人文社会环境。社会环境的好坏、当地居民的文化修养和风俗习惯,特别是对外来旅游者的宽容程度和态度,对旅游者同样产生着吸引或排斥的作用,是一种无形的吸引力。

1.2.2 旅游资源开发的概念

旅游资源开发是旅游开发的组成部分,顾名思义,就是针对旅游资源进行的开发活动,或者说是以旅游资源为原材料,经过人类的加工创造,使其成为具有旅游功能的吸引物或旅游环境的技术经济过程。

在现实经济发展中,旅游开发与旅游资源开发两种活动都是客观存在的。但旅游资源开发,并不仅仅局限于资源本身的开发,还包括在特定区域经济条件的基础上对有关配套条件进行建设,以使旅游资源所在地成为一个有吸引力的旅游环境和接待空间。从这个意义上讲,旅游开发与旅游资源开发有相似之处。

然而,二者的内容和目的不同,开发主体也有一定的差异性。旅游开发是一种综合性活动,涉及整个旅游地及各有关部门的合作和协调,往往由旅游地政府主持,从景点建设、基础设施的配套及布局、物资供应、资金筹集等方面进行统一规划和统一管理,特别是大范围的旅游开发,常是一种政府行为。而旅游资源开发,一般多以形成一定的旅游景物(或

景区)为直接目标,内容比较单一,规模和涉及面相对较少,常体现为一种企业行为,即通过旅游投资和经营者的建设,形成某个景点或景区。

应用实例 1-2

四川雅安碧峰峡景区开发

1986年碧峰峡被列入省级风景名胜区,但作为全国贫困地区的雅安市却无力投资开发。1993年雅安市成立外事旅游局,并投资200万元开发碧峰峡景区,开发方向为旅游观光和休闲度假。1994年5月1日,碧峰峡景区正式开放。开发之初,碧峰峡景区修建了一些基本的接待设施,如石板路、石桌石凳、停车场等。此后,雅安市又对碧峰峡进行了追加投资,到1997年累计投资580万元。雅安市对碧峰峡的开发主要是修建游览石路,将碧峰峡原有景点串连起来,并通过建设基本的旅游基础设施,满足游客的基本需求。

碧峰峡景区已开发的观光、休闲、度假旅游产品由于缺乏特色、宣传力度不够、配套设施较低、开发资金不足等原因,一直未有大的发展。1998年,雅安市与成都万贯集团签订合同,在雅安市政府的监督下,按照保护、开发、建设、利用的原则,由万贯集团出资独资开发碧峰峡风景区。1998年1月,万贯集团投资2亿元用于首期开发。1999年12月28日,碧峰峡野生动物园正式开放,这是我国第一家生态型野生动物园。野生动物园规划面积1万亩(1亩 \approx 666.67平方米),一期占地3000亩。为配合野生动物园的开发,碧峰峡景区同期还建设了游客接待中心,它集餐饮、娱乐、住宿、游乐等为一体,并建造了星级别墅、浪漫帐篷等不同档次的住宿设施。

在充分利用景区资源的基础上,后续建设大熊猫基地和温泉旅游等项目。2002年8月10~25日,第一届碧峰峡欢乐节开幕。欢乐节以欢乐为主题,以一系列娱乐活动和表演活动为欢乐的载体,让旅游者在尽情的狂欢中释放生活中的不愉快,体味节庆活动带给人的愉悦和舒畅,以此进一步展现碧峰峡生态乐园的欢乐内涵。

(资料来源:邹统钎.旅游景区开发与经营经典案例[M].北京:旅游教育出版社,2003.)

分析与思考:

1. 围绕碧峰峡的旅游开发涉及旅游开发哪些方面的内容?
2. 试以案例说明旅游开发是一项综合性的社会经济与技术活动。

1.3 旅游规划

1.3.1 旅游规划的概念

1. 规划的含义

在中文中,“规”是古代画圆的工具,可引申出规则、规章、计划、谋划之意;“划”有划分、筹划等意义。在《新世纪现代汉语词典》中,规划是指比较长远、全面的发展计划,包括方针、目标和步骤。

在英文中，“规划”不是组合词，而是一个单词“plan”，词义为计划、设计、筹划、策略、方法等。《朗文当代英文大辞典》将其解释为“制订或实施计划的过程，尤其是为一个社会或经济单元(企业、社区等)确立目标、政策和程序的过程”。

2. 旅游规划的定义

国内外学者对旅游规划的含义作过不同的表述和界定。国外学者中比较典型的含义如下。

冈思(Gunn, 1979)认为旅游业起源于游客对旅游的欲望，终止于这种欲望的满足。旅游规划的第一目标是满足游客的需求，他采用达维多夫(Davidoff)与赖纳(Reiner)的规划定义，即规划是经过一系列选择决定合适的未来行动的过程。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。

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。

国内学者提出的旅游规划概念如下。

马勇(2006)认为：旅游规划是指在旅游系统要素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及旅游系统的发展规律，以优化总体布局、完善功能结构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。

国家旅游局编制的中华人民共和国国家标准 GB/T 18971—2003《旅游规划通则》分别定义了旅游发展规划与旅游区规划：旅游发展规划是指根据旅游业的历史、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各项旅游要素的统筹部署和具体安排。

知识链接

旅游规划通则

GB/T 18971—2003《旅游规划通则》由国家旅游局提出，内容由国家旅游局规划发展与财务司、清华大学建筑学院起草，主要起草人：魏小安、张吉林、郑光中、杨锐、邓卫、汪黎明、彭德成、潘肖澎、周梅。

该标准的制定，总结了国内并借鉴了国外旅游规划编制工作的经验和教训，在体现中国旅游规划特色的同时，在技术和方法上努力实现与国际接轨。该标准制定的主要目的：规范旅游规划编制工作，提高我国旅游规划工作总体水平，达到旅游规划的科学性、前瞻性和可操作性，促进旅游业可持续发展。该标准是编制各级旅游发展规划及各类旅游区规划的规范。

该标准规定了旅游规划(包括旅游发展规划和旅游区规划)编制的原则、程序、内容及

评审的方式,提出了旅游规划编制人员和评审人员的组成与素质要求,适用于编制各级旅游发展规划及各类旅游区规划。

1.3.2 旅游规划的类型

基于区域具体情况的差异,以及编制机构的性质与专业的不同,旅游规划可划分为不同的类型,目前国内外具有代表性、较权威的分类主要有以下几种。

1. 世界旅游组织的分类

1997年,世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO)从地域范围、规划期、组织结构三方面对旅游规划进行分类:

按地域范围分为地方性规划(规划图纸比例为1:1 000或1:5 000)、区域及区域间规划(1:100 000)、全国规划、国际性规划。

按规划时期分短期规划(1~2年)、中期规划(3~6年)、长期规划(10~25年)。

按组织结构分部门规划、项目规划、综合规划等。

2. 因斯凯普的旅游规划分类

因斯凯普(Inskeep, 1991)按规划等级的不同,将旅游规划划分为国际级旅游规划、国家级旅游规划、区域旅游规划、次区域旅游规划、旅游开发区土地利用规划、旅游设施区规划、设施设计和专项规划等。

其中,旅游开发区土地利用规划是专门的旅游度假区、度假城镇、城市旅游和旅游景点用地的规划;旅游设施区规划是针对诸如旅游饭店、商业中心和游客设施的具体规划;设施设计是关于旅游设施的建筑、景观的设计和工程要求;专项规划是除前述规划与设计外的专题研究,如经济影响分析、环境和社会影响评价、营销分析和促销计划等独立于总体规划外的开发方案。

3. 冈恩的旅游规划分类

冈恩将旅游规划划分为区域尺度规划、目的地尺度规划、场址尺度规划。该分类属于一种简化的空间类型划分,蕴含空间规划的三种主要规划方法类型,即区域规划、总体规划和详细规划。不同尺度规划的侧重点不同。区域尺度规划是指那些较大尺度的规划,如州、省和国家尺度的规划,这个尺度的旅游物质规划主要涉及一些政策和指导层面的问题,而不涉及具体的土地开发问题。因此政府在这个尺度的规划中起到的作用要比私营部门所起的作用大得多。

目的地尺度规划中的目的地是指区域的下属部门,由一个以上的社区及其周边地区组成。在这个尺度的旅游规划中,旅游开发者、咨询专家和地方政府起着至关重要的作用。公众参与也越来越成为该类规划的一个重要组成部分。

旅游开发真正的实施和建设是在场地尺度规划中实现的。通过旅游吸引物结构的设计和建造,景观上的修改建设工作最终形成了吸引物、服务设施、道路和其他的物质特征。虽然政府和非营利组织对这个尺度的旅游规划会产生一定的影响,但是专业的设计者(建筑设计师、景观设计师、城市规划师等)才是影响整个场地尺度旅游规划的主导。

4. 吴必虎的时空二维分类

吴必虎从空间(范围大小和产品功能)和时间(旅游业成熟程度)结合的角度,将所有旅游规划归纳为时空二维体系。

从空间维度可分为区域性的旅游规划和社区性的旅游规划,即区域旅游规划(regional tourism planning)、目的地(城市和社区)旅游规划(destination tourism planning)、旅游区规划(tourist attraction planning)三种基本类型,三者空间范围、土地利用布局、旅游产品功能及支持系统构建等方面有明显不同。

从时间维度看,无论是区域旅游规划、目的地旅游规划还是旅游区规划,均可根据旅游发展阶段的不同,分为初期的旅游开发规划和成熟期的旅游管理规划,见表 1-1。

表 1-1 旅游规划的时空二维分类

时空维度	区域旅游规划	目的地旅游规划	旅游区规划
发展初期	区域旅游发展(开发)规划	城市旅游发展规划	旅游区(点)开发规划
发展后期	区域旅游管理(或营销)规划	城市旅游管理规划	旅游区(点)管理规划

从世界旅游的发展阶段看,一般地,发展中国家和地区所编制的大多数规划属于开发规划,而发达国家所作的规划大多数已经进入管理规划和营销规划的时期。

1) 区域旅游规划

区域旅游规划是指在全国、省、市、县等不同行政范围内编制旅游业发展的总体规划。按照详细程度和当地旅游业的成熟程度,区域旅游规划可划分为不同的形态:区域旅游发展战略规划,如各地旅游业发展的“五年规划”等,这类规划一般不强调编制过程中的分析、研究和详细方案的设计,而偏重于宏观指导思想的制定;区域旅游发展总体规划,也可称为区域旅游管理总体规划,这类规划一般针对旅游开发较成熟的地区,规划的侧重点从资源开发、产品经营转移到资源利用管理与服务质量管理。

从目前的区域旅游规划实践看,旅游开发规划和旅游管理规划常常是合二为一的:在旅游业起步地区,旅游规划主要侧重开发,但在规划中也会涉及一定的管理内容,以实现旅游业的有序健康发展;在旅游业成熟地区,旅游规划主要侧重产品的更新与再开发、服务质量和游客管理的提升,通过有效的管理实现旅游业的可持续发展。

2) 目的地旅游规划

与区域旅游规划相比,目的地旅游规划一般以区域性的发展规划为基础,对旅游开发项目和设施建设进行安排设计,是旅游发展规划的进一步落实与细化,与旅游产品的具体形式和旅游区功能有具体的联系。从空间和功能两个角度观察,目的地旅游规划用地面积较小,且土地利用上以旅游功能为主要功能指向;同时规划年限一般较短,在五年或五年以下,属于一种近期规划。目的地旅游规划一般会落实到具体的空间范围内,属于较详细的规划领域。

在我国,目的地旅游规划主要表现为城市旅游发展规划,其内容包括发展目标与实施策略制定,对象包括城市旅游吸引体系、城市旅游服务体系、城市旅游产业体系和城市旅游环境体系。