



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

旅游规划理论与方法

牟红 主编

教材预览、申请样书



微信公众号: pup6book



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

旅游规划理论与方法

牟 红

主 编

雷子珺 蒋云强 杨媛媛

刘 琴 康文肖 丁 钢 刘 聪

参 编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书从旅游规划理论的角度,论述了旅游形象设计、产品创新与市场营销等旅游规划过程中所涉及的每一个重要方面;并从旅游规划方法的角度,对旅游规划知识的系统性应用进行了讲解。本书共 12 章,内容包括:旅游规划原理、旅游规划的谋划与方法、旅游规划管理、旅游资源评价及其方法、旅游市场与营销、旅游发展战略规划与方法、旅游形象塑造与传播、旅游空间布局与功能分区、旅游产品开发与项目策划、旅游要素规划方法、旅游保障体系的建立、旅游规划实施方略。全书在旅游规划与方法理论体系覆盖下,针对本科院校学生的特点,注重教材的科学性和前沿性,基础性和实践性。

本书内容丰富,取材广泛,论述有力,分析透彻,旨在使学生能够学到全方位的旅游规划理论知识与方法,了解旅游规划的“真谛”。本书通过精品资源共享课网站,体现了立体化、系列化和精品化特色,夯实基础,强化实训;网站包括教材、辅导读物、课件、案例及实训等;横向广覆盖,纵向成系统。

本书是重庆市高等学校精品资源共享课教材,主要面向本科旅游管理专业学生,同时也可作为旅游从业人员和研究人员参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划理论与方法/牟红主编. —北京:北京大学出版社, 2015.6
(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 978-7-301-25939-9

I. ①旅… II. ①牟… 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 (2015) 第 127957 号

书 名	旅游规划理论与方法
著作责任者	牟 红 主编
责任编辑	刘 嵩
标准书号	ISBN 978-7-301-25939-9
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
印 刷 者	三河市博文印刷有限公司
经 销 者	新华书店
	787 毫米×1092 毫米 16 开本 21.5 印张 516 千字
	2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷
定 价	43.00 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

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

前言

我国高校本科旅游管理专业的人才培养目标是旅游业培养应用型高级旅游管理人才,是培养旅游管理能力,是培养“改造世界”的人才——筹划者和实施组织者,而不是“认识世界”的人才。然而,国内旅游管理专业普遍存在的培养手段与目标背离:培养目标指向承担“改造世界”任务的旅游管理者,而培养手段则指向“认识世界”的知识和能力。

自然学科明确分为科学和技术,相应专业分为理论学科(理科)和工程学科(工科),专业思维则分为理论思维和工程思维^①。两者遵循不同的规则。理科专业培养解释世界的理论人才——科学家,工科专业培养改造世界的应用人才——工程师。

旅游管理学科却没有划分理论思维与工程思维,造成两种思维方式的僭越,用培养管理学家的方式来培养旅游管理者。我们不禁要问,旅游管理专业到底是培养“科学家”还是“工程师”?

旅游专业培养目标体系的明确取决于对旅游专业胜任力的认识。本书根据旅游专业胜任力而设置的教学目标体系,从旅游管理工作基本素质和核心能力入手,筛选教材体系和教材内容,以操作管理为基础、职能管理为重点、战略管理为引领,使学生具备职能和操作管理的能力、战略管理的潜力。

本书的主要特色如下。

(1) 以能力为主线,按照专业胜任力需要对知识进行分解,安排教材内容。由浅入深,遵从学生的认知规律。

(2) 从“创新”和“应用”切入,大量使用作者原创案例,各章配备导入案例、章内“微型”案例、章后“中型”案例和书后“大型(综合)”案例,使案例教学落到实处。通过案例实现了“项目进课程”“筹划作中介”两个要素:一是将实践旅游规划项目纳入教材;二是将理论结合实际转化为“理论结合筹划,筹划结合实际”。全书构建了操作管理、职能管理、战略管理三个层面的课程内容,解决了课程拼凑、核心内容缺失、缺乏内在逻辑联系的问题。用原创案例编写了理论教材、实践教材、辅导教材的全部讲义和大纲。

(3) 根据市场需求和职业活动需要,加入新知识、新理念、新技术、新内容,保证教材的实用性、可操作性、先进性和前瞻性。

本书的教学建议如下。

第一,提高实操能力,激发学生潜力。紧紧围绕旅游人才培养目标,突出技术应用能力培养。在教学过程中,根据教材内容,根据旅游发展的最新动态力求做到贴近实际,体现教学内容的先进性和特色。在教学安排上要适应学生的心理发展和认知规律,倡导教学形式多样化。

① 徐长福. 理论思维与工程思维[M]. 上海: 上海人民出版社, 2002.

第二, 加快知识更新, 促进开放式学习。结合教学扩充辅助教学资料, 编者在重庆理工大学精品资源共享课网站中提供了大量的课程相关资料, 以及与教材对应的案例、精选旅游规划优秀作品; 反映了学科最新发展成果和教改教研成果; 全程教学录像与教学大纲和教学日历匹配; 辅以精编教案和演示文稿。欢迎广大专业人士共同交流。

本教材编写分工如下: 由牟红负责全书的组织策划、内容安排、大纲要求、案例编写、统稿审稿; 第 1~3 章由雷子珺执笔; 第 4~6 章由蒋云强执笔; 第 7~8 章由刘琴执笔; 第 9~10 章由杨媛媛执笔; 第 11~12 章由康文肖执笔; 丁钢参与第 1~3 章编写; 牟红参与全部章节的编写和原创案例的编写(本教材中未特别标注的案例均为主编撰写); 刘聪提供部分知识链接。感谢对我们教材提供大力帮助的李强、张薇、班倩倩、朱合娟、孙红玲。在本书编写过程中, 得到了北京大学出版社的鼎力支持和热情帮助, 在此致以衷心的感谢。最后, 还要感谢书中被引用其成果的专家, 特别是重庆师范大学罗兹柏教授, 重庆华翰旅李辉总经理, 重庆理工大学张仁军教授、张兆福博士等多位专家、学者, 有了他们的成果, 我们的教材才有了高的起点, 才显得更加丰富。

编者

2015 年 1 月

目 录

第 1 章 旅游规划原理..... 1

1.1 解说旅游规划 2

1.1.1 旅游规划的内涵 3

1.1.2 旅游规划的发展历史 4

1.1.3 旅游规划的类型 8

1.1.4 旅游规划的原则 11

1.1.5 旅游规划的目的 12

1.2 旅游规划的多学科透视 13

1.2.1 旅游规划的系统科学透视 13

1.2.2 旅游规划的管理学透视 14

1.2.3 旅游规划的经济学透视 14

1.2.4 旅游规划的决策学透视 14

1.2.5 旅游规划的艺术透视 15

1.3 旅游规划的理论基础 16

1.3.1 经济学理论 16

1.3.2 系统学与管理学理论 17

1.3.3 旅游心理学理论 18

1.3.4 旅游地理学理论 18

1.3.5 景观生态学理论 20

第 2 章 旅游规划的谋划与方法 27

2.1 谋划性思维与反映性思维 28

2.1.1 思维的认识和分类 29

2.1.2 谋划性思维与反映性思维的 差异 32

2.1.3 谋划性思维与反映性思维的 联系 34

2.2 旅游规划的谋划 35

2.2.1 旅游规划谋划性思维的特征 与方式 35

2.2.2 旅游规划的分析思维 36

2.2.3 旅游规划的谋划思维 37

2.2.4 旅游规划的评价思维 37

2.2.5 旅游规划的选择思维 38

2.3 旅游规划方法 38

2.3.1 旅游规划方法的层次 39

2.3.2 旅游规划方法体系 40

第 3 章 旅游规划管理 49

3.1 旅游规划管理与旅游元规划 51

3.1.1 旅游规划管理 51

3.1.2 旅游元规划 53

3.1.3 旅游元规划与旅游规划的 区别 56

3.2 旅游元规划的层次 57

3.2.1 战略元规划 57

3.2.2 策略元规划 59

3.3 旅游规划管理工具 61

3.3.1 控制维 62

3.3.2 条件维 63

3.3.3 目标维 64

3.3.4 方法维 64

3.3.5 过程维 65

第 4 章 旅游资源评价及其方法 72

4.1 旅游资源概述 75

4.1.1 旅游资源的含义 75

4.1.2 旅游资源的类型 76

4.2 旅游资源评价 81

4.2.1 旅游资源的评价原则 81

4.2.2 旅游资源的评价方法 82

4.2.3 旅游资源分级评价体系 86

4.3 旅游容量的确定方法 89

4.3.1 旅游容量的含义 89

4.3.2 旅游容量的类型 90

4.3.3 影响旅游容量的因素 90

4.3.4 旅游容量的确定方法 91

4.3.5 旅游容量各基本容量的测定方法.....	94	第 7 章 旅游形象塑造与传播.....	160
第 5 章 旅游市场与营销.....	102	7.1 旅游形象的定位.....	162
5.1 需求态势分析.....	105	7.1.1 旅游形象的概念.....	162
5.1.1 影响旅游市场需求的因素.....	105	7.1.2 旅游形象定位的原则与方法.....	164
5.1.2 旅游市场需求预测方法.....	106	7.2 旅游形象的设计与评价方法.....	169
5.2 旅游市场综合分析.....	110	7.2.1 旅游地的地方性分析.....	170
5.2.1 综合区位分析.....	110	7.2.2 旅游形象识别系统.....	171
5.2.2 周边竞合分析.....	112	7.2.3 旅游形象评价方法.....	176
5.2.3 客源市场分析.....	115	7.3 旅游形象的传播.....	178
5.3 游客市场调查.....	117	7.3.1 旅游形象的形成机制.....	179
5.3.1 游客市场调查概述.....	117	7.3.2 旅游形象的传播渠道.....	180
5.3.2 游客市场调查的方法.....	118	7.3.3 旅游形象的整合传播模式.....	181
5.4 营销策划方法.....	121	7.3.4 旅游地生命周期的形象动态传播.....	184
5.4.1 营销策划的特征.....	121	第 8 章 旅游空间布局与功能分区.....	190
5.4.2 营销策划的程序.....	122	8.1 旅游空间布局.....	193
5.4.3 品牌营销策划.....	124	8.1.1 旅游空间布局的原则.....	194
第 6 章 旅游发展战略规划与方法.....	134	8.1.2 旅游空间布局的要素.....	195
6.1 旅游发展战略规划.....	136	8.1.3 旅游空间布局模式.....	196
6.1.1 旅游发展战略规划的定义.....	137	8.2 旅游功能分区.....	202
6.1.2 旅游发展战略规划的制定程序.....	139	8.2.1 功能分区.....	202
6.2 旅游发展战略规划方法.....	141	8.2.2 旅游功能分区的方法.....	206
6.2.1 多因素导向法.....	142	8.3 旅游节点体系.....	208
6.2.2 SWOT 分析法.....	143	8.3.1 旅游节点的概念与类型.....	208
6.2.3 SCP 分析法.....	146	8.3.2 旅游地空间体系.....	211
6.3 总体战略目标与分期战略目标.....	148	8.3.3 旅游地空间发展体系.....	212
6.3.1 总体战略目标.....	148	第 9 章 旅游产品开发与项目策划.....	217
6.3.2 分期战略目标.....	150	9.1 旅游产品开发.....	219
6.4 战略途径与战略措施.....	151	9.1.1 旅游产品的概念与构成.....	219
6.4.1 战略途径.....	151	9.1.2 旅游产品与旅游资源.....	220
6.4.2 战略措施.....	153	9.1.3 旅游产品的类型及特征.....	221
6.4.3 战略途径与战略措施的确定依据.....	153	9.1.4 旅游产品的生命周期理论.....	223
6.4.4 制定战略途径与战略措施的方法.....	154	9.1.5 旅游产品开发的原则.....	226
		9.2 旅游项目策划.....	228

9.2.1 旅游项目的内涵	228	第 11 章 旅游保障体系的建立	279
9.2.2 旅游项目的功能	228	11.1 旅游保障系统	281
9.2.3 旅游项目策划的原则	229	11.1.1 政策法规保障系统	281
9.2.4 行动方案——项目时序表	230	11.1.2 财经保障系统	283
9.3 旅游线路设计	232	11.1.3 人力资源保障系统	286
9.3.1 旅游线路的概念	232	11.1.4 旅游安全保障体系	287
9.3.2 旅游线路的类型	233	11.1.5 信息保障系统	290
9.3.3 旅游线路设计的原则	234	11.2 旅游资源保护	291
9.4 旅游产品与项目策划方法	237	11.2.1 自然资源的保护	291
9.4.1 旅游产品规划方法	237	11.2.2 人文资源的保护	292
9.4.2 旅游项目策划方法	240	11.2.3 旅游资源保护的对策	294
9.4.3 旅游线路设计方法	243	11.3 旅游环境保护	295
第 10 章 旅游要素规划方法	249	11.3.1 旅游环境保护概述	295
10.1 旅游要素与产业发展	251	11.3.2 旅游地环境容量的确定	298
10.1.1 旅游产业要素的内涵及 分类	252	第 12 章 旅游规划实施方略	302
10.1.2 旅游产业要素规划理论	254	12.1 旅游产业运营	304
10.1.3 旅游产业要素的融合与 发展	255	12.1.1 相关概念的界定	304
10.2 旅游产业六要素规划	257	12.1.2 旅游地运营体系	304
10.2.1 旅游餐饮业规划	257	12.1.3 旅游运营原则	306
10.2.2 旅游住宿业规划	260	12.2 旅游企业运营	307
10.2.3 旅游交通规划	262	12.2.1 旅游企业运营模式	307
10.2.4 旅行社业规划	267	12.2.2 旅游区域联合	310
10.2.5 旅游商品与购物业规划	269	12.3 旅游规划实施	313
10.2.6 旅游娱乐业规划	271	12.3.1 旅游规划分期	313
10.3 旅游基础设施与服务规划	272	12.3.2 旅游规划投资	316
10.3.1 旅游医疗安全服务设施 规划	273	12.3.3 旅游规划实施的资金 保障	318
10.3.2 给排水设施规划	273	12.3.4 影响旅游规划实施的外部 因素	319
10.3.3 供电设施及通信设施 规划	273	综合案例	324
10.3.4 旅游景区接待服务规划	274	参考文献	330

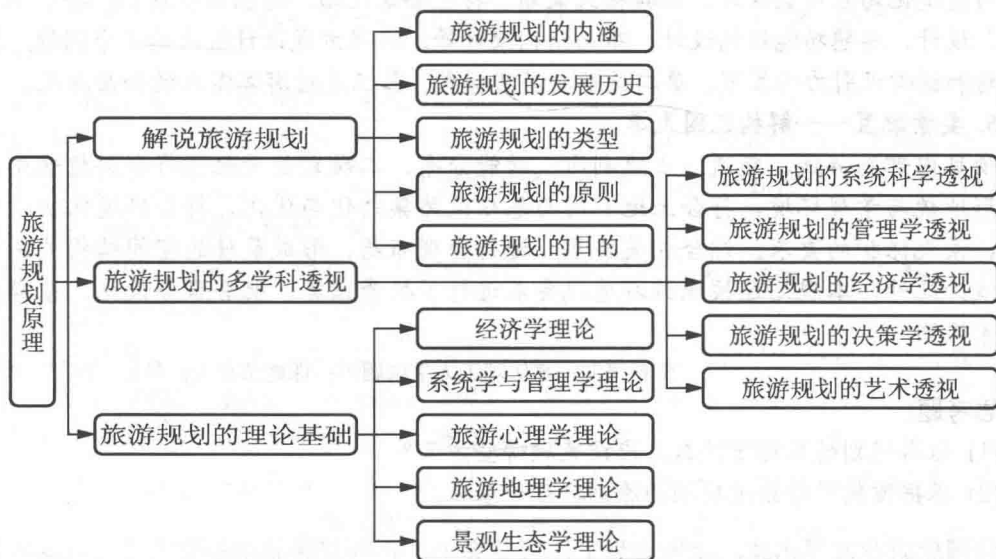


第1章 旅游规划原理

学习目标

知识目标	技能目标
1. 理解旅游规划的内涵	1. 把握旅游规划的核心思想
2. 了解中国旅游规划的发展	2. 熟悉中国旅游规划现阶段的发展情况
3. 了解旅游规划的分类、原则和目的	3. 熟悉旅游规划应遵循的各项原则
4. 理解旅游规划的理论基础	4. 能够灵活运用各相关理论开展旅游规划

知识结构



导入案例

用“乡村 mall”重构旅游业态 ——重庆巴国天谭生态农业休闲观光园总体规划

重庆巴国天谭生态农业休闲观光园旅游开发，是一种旅游产业导向下的新农村建设。除了考虑旅游的开发，还要考虑新农村经营与旅游产业化之间互动的结合，通过乡村休闲旅游产业的开发与发展，统筹城乡发展。规划的思维模型是以市场分析为导向，以资源分析为基础，以经济分析为核心，以文化分析为升华，旅游规划应该按此思维脉络进行。

1. 资源挖掘——重估巴国天潭

从地脉、文脉、人脉三个角度，进行资源的挖掘。从投资的角度，资源区分为本体价值与开发价值。本体价值是资源固有的价值基础，开发价值，则是从开发收益的角度。

2. 市场调研——再识巴国天潭

为了把握好市场，需要从几个方面进行深度研究与策划：市场调研、旅游市场总体把握，项目的市场定位，对应于目标市场需求的产品创造(创意策划与游憩方式设计，游线设计等)，市场核算与运作策划(收入模式设计，营销策划，市场效果判断，效益估算等)。

3. 定位与战略——再造巴国天潭

(1) 目标定位。要求设计出达到目标可行的运作路径。目标是一个体系，包括定性与定量两个方面。

(2) 主题定位。清晰独特、引人入胜的主题，使项目能够按照主题进行整合打造，旅游吸引力得到提升。

4. 游憩策划——运作巴国天潭

游憩方式设计包括：观赏方式与观赏线路设计、游乐设施选型与游乐内容策划、故事编撰与情境化场景布置设计、体验模式策划、特色餐饮策划、特色住宿策划、特色纪念品策划与设计、游憩功能结构设计、布局结构设计等；游憩方式设计解决的三个问题：第一是主题和核心吸引力的策划。第二是解决游憩模式。第三是对游客需求的全面满足。

5. 要素配置——解构巴国天潭

项目内部的游线、交通、土地利用、功能分布，本规划要素配置符合游憩规律，符合地形地貌与景观环境，符合土地利用与基础设施集约化与优化，符合环境保护、文物保护、景观保护的要求。综合相关要素，进行合理布局，形成最佳的空间结构关系与游憩路线。此外，本规划还按照旅游总规要求进行了投资预算、配套服务设施、旅游人才开发等规划。

资料来源：重庆理工大学课题组；课题负责人：牟红；执笔：牟红。

思考题：

- (1) 旅游规划的目标是什么？应该兼顾哪些方面？
- (2) 根据案例思考旅游规划的原则、理论基础。

我国旅游业发展迅速，旅游规划工作日益突出。正确把握旅游规划核心理念和基础理论，是做好旅游规划的前提。本章从旅游规划的含义入手，对旅游规划的发展历史、分类、目的、原则进行阐述，并从不同学科领域出发，解读了旅游规划的多维本质；关于旅游规划的理论基础，本章选取经济学、系统学与管理学、旅游心理学等具有代表性的理论进行介绍。

1.1 解说旅游规划

旅游规划是一项系统性工程，它要求着眼旅游规划对象的综合整体优化，正确处理旅游系统内部的复杂结构，不仅使各种旅游资源发挥出各自的优势，更要发挥出整体优势，

达到“1+1>2”的效果。因此,旅游规划必然要站在高屋建瓴的角度统筹全局,为旅游实现提供指导性的方针。

1.1.1 旅游规划的内涵

墨菲(Murphy, 1985)的定义是:“预测与调节系统内的变化,以促进有秩序的开发,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,已达到某一目标或平衡几个目标。

盖茨(Getz, 1987)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)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,规划者绝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。他采用戴维杜夫(Davidof)和莱纳(Reiner)的规划定义是:“经过一系列选择,决定合适的未来的行动过程。”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,而主要指目标的实现。

卢云亭(1991)认为,旅游规划是对旅游未来状态的设想,或是发展旅游事业长远的、全面的计划。

旅游规划,是一个地域综合体内旅游系统的发展目标和实现方式的整体部署过程。旅游规划是指对一定范围地域的旅游业在未来若干年内建设和发展的总体部署和策划,对旅游休闲资源、相关设施和服务,以及其他相关资源进行合理配置和使用,力求旅游休闲经济、社会和环境效益实现最大化。

旅游规划可以从动态和静态两个角度界定。前者将旅游规划理解为一种谋划性的脑力活动,后者将其理解为脑力活动的结果。

从动态的角度,旅游规划是对未来的旅游投资、开发、经营活动事前进行的战略性的正式谋划、决策和计划活动;从静态的角度,旅游规划是指已经编制完成的,具有长远性、战略性和一定强制性的旅游发展计划,通常表现为正式的书面文本。

旅游规划是进行旅游开发管理、旅游开发的科学依据,也是指导旅游地科学编排符合市场需求的旅游产品,实现未来社会、环境、经济三大效益目标的蓝图。因此,旅游规划是一项复杂的活动,它既是一种经济活动,又是一项社会活动、文化活动。旅游规划既是一种科学也是一种艺术,进行旅游规划时要富有想象力和创造力;同时,一项杰出的旅游规划,也反映了一种杰出的审美情趣和文化。

知识链接 1-1

什么是成功的旅游规划?

于希贤结合国家旅游局对旅游规划的要求,用生命活体观和地方文脉理论回答什么是成功的旅游规划。

在中国的原创文化当中,最高的系统结构是一个生命活体。每一个规划成功的旅游景

区,都是一个有生命的活体,是一个大脑思维系统、神经中枢系统、血液循环系统、消化系统、排泄系统、四肢运动系统等功能齐全的生命体,它每时每刻都在不停地进行新陈代谢活动。而它的灵魂个性是由旅游景区固有的文脉来确定的。成功的旅游规划总是结合旅游目的地的优秀文化精神,传播旅游目的地景区世代积累所形成的地方文化精神。在继承的基础上,结合当今的时代特点创造旅游景区的新文化内涵,塑造当代有个性的旅游景区形象,乃是建设富有特色的 21 世纪旅游景区的必由之路,是旅游规划的重要内容,是一门具有挑战性的艺术。

资料来源:于希贤.旅游规划的艺术[M].重庆:重庆出版社,2006.

1.1.2 旅游规划的发展历史

1. 初始阶段

旅游规划起步较晚,它是随着旅游业的发展而产生和不断发展的。一般认为旅游规划起源于 20 世纪 30 年代的英国、法国和爱尔兰等。当时的旅游规划只是为一些旅游项目做一些基本的市场和场地设计。到 20 世纪 50 年代,某些国家、地区的规划中开始设计旅游。1959 年的夏威夷旅游规划已有较完整的旅游规划形态,被认作现代旅游规划的先驱,旅游规划也第一次成为区域规划中一个重要的组成部分。

20 世纪 60 年代,英国、法国也相继出现了正式的旅游规划。1963 年,联合国国际旅游大会强调了旅游规划的重要意义。随后,加拿大、澳大利亚、马来西亚、中国台湾、美国加勒比海地区的旅游规划逐渐兴起。

2. 过渡阶段

20 世纪 70 年代起,旅游规划的观念开始为很多国家和国际组织所重视。世界旅游组织、联合国发展计划署、世界银行等国际组织积极推动并参与了斯里兰卡、菲律宾、肯尼亚等国的旅游规划编制工作(吴人韦,2000)。在 1977 年,世界旅游组织经过调查表明 43 个成员国中有 37 个国家有了国家级的旅游总体规划,随后出版了有关旅游规划的全面综合性文件《综合规划》和《旅游开发规划明细录》。1979 年,世界旅游组织实施了全球范围内的旅游规划调查,共调查案例 1 655 个(184 个地区规划、384 个区域规划、180 个国家规划、266 个区域间规划,42 个部门规划、599 个景点规划),并形成了第一份全球在制定旅游开发规划方面的经验报告。

3. 快速发展阶段

20 世纪 80 年代,旅游规划普及到了许多欠发达国家和地区,并在发达国家进一步普及和深化。同时还出现了对旅游规划的修改和更新,如夏威夷规划(1980)。墨菲在 1985 年出版了《旅游:社区方法》,盖茨于 1986 年发表“理论与实践相结合的旅游规划模型”,冈恩于 1988 年出版了《旅游规划》第二版,道格拉斯·皮尔斯(Douglas Pearce)在 1989 年出版了《旅游开发》。他们在论著里都阐述了自己对于旅游规划的理解,也基本达成共识,即

旅游规划是一门综合性极强的交叉学科,任何其他学科的规划都无法替代它。这一时期也出现了一系列指导旅游规划的理论,其中比较著名的有门槛理论和旅游生命周期理论。

在规划方法方面,墨菲提出的社区方法和投入产出分析方法被应用到规划之中。定量技术也应用到旅游规划中,在斯蒂芬·史密斯(Stephen Smith)著的《旅游分析手册》(*Tourism Analysis: A Handbook*)一书中,共介绍36种较重要的数量方法,并对每种方法的用途与其他研究手段的关系以及可能出现的疏漏做了较好的阐述。

20世纪80年代末,随着娱乐休闲度假旅游呈上升态势,对休闲、娱乐和度假规划的研究受到关注。其中,冈恩的《度假景观:旅游区设计》是比较成熟的度假地设计指导手册。与此同时,西方的主要旅游期刊《旅游研究记事》(*Annals of Tourism Research*)、《旅游研究杂志》(*Journal of Tourism Studies*)、《旅行研究杂志》(*Journal of Travel Studies*)、《旅游管理》(*Tourism Management*)、《旅游娱乐》(*Tourism Recreation*)、《休闲科学》(*Leisure science*)、《旅游评论》(*Tourist Review*)和《可持续旅游杂志》(*Journal of Sustainable Tourism*)等发表了大量的有关旅游开发和规划方面的研究论文。世界旅游组织出版了《国家与区域旅游总体规划的建立与实施方法》等旅游规划方面的多项出版物,显示了世界旅游组织对旅游规划工作的重视。

4. 深入发展阶段

20世纪90年代初,美国著名旅游规划学家爱德华·因斯克普(Edward Inskeep)为旅游规划的标准程序框架建立做出了重大贡献,他的两部代表作《旅游规划:一种综合性的和可持续的开发方法》和《国家和地区旅游规划》是面向旅游规划师操作的理论和技术指导著作。同期,世界旅游组织也出版了《可持续旅游开发:地方规划师指南》及《旅游度假区的综合模式》等。这些著作的出版使旅游规划的内容、方法和程序日渐成熟。这一时期,不仅重视对旅游规划操作本身的研究,还对旅游规划实施监控和管理给予很大的重视。这方面的内容除了在因斯克普的著作中有所体现之外,由纳尔逊(J. C. Nelson)、巴特勒(R. Butler)、沃尔(G. Wall)主编的论文集《旅游和可持续发展:监控、规划、管理》着重于旅游规划贯彻和实施过程方面的研究。同时,90年代旅游规划对市场要素十分重视,亚太旅游协会(PATA)高级副总裁罗杰·格瑞芬(Roger Griffin)先生提出了“创造市场营销与旅游规划的统一”的观点。

1995年4月,联合国在西班牙加那利群岛(Canary Islands)的兰扎得召开了首届世界可持续旅游大会,大会颁布了《兰扎得可持续旅游宪章》(*The Lanzaride Charter for Sustainable Tourism*)和《可持续旅游发展行动计划》,确定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采取的行动。道格拉斯·皮尔斯在《旅游新的变化:人、地、过程》中提出了“动态、多尺度、集成的旅游规划”方法。这是建立在对规划综合和动态方法的总结和提高的基础上提出了一个规划体系结构。

5. 中国旅游规划的发展

旅游规划的观念进入我国应该是在改革开放以后,尤其是在20世纪90年代以后,随

随着我国旅游业的快速发展,旅游规划的作用越来越凸现出来。国内的各位专家学者对旅游规划的研究越来越深入,研究的范围也越来越广泛。旅游规划在我国的发展历程大致可以分为三个阶段。

1) 萌芽阶段——资源导向型(1979—1989 年)

(1) 阶段背景。

我国的旅游业的发展,既受到社会经济发展的影响,也离不开政府政策的支持。1978 年,第五届全国人民代表大会第一次会议讨论通过的《政府工作报告》中提出“要大力发展旅游事业”。与此同时,中共中央指出“加强领导,全面规划,统筹安排,发挥中央和地方两个积极性”,旅游业发展的“大气候”在此已经形成。

旅游业的快速发展促进了旅游规划的出现和发展,但我国旅游业起步较晚,初期的旅游规划主要是学习或者照搬国外先进的规划理论和成果。国外的第一个旅游规划是 1959 年由美国旅游学家完成的夏威夷州的规划,为后来进行的旅游规划打下了资源调查土地利用的基调。我国众多学者则从不同的学科介入这一研究领域,诸如建筑专业、园林专业、旅游地理学和旅游文化学等,他们从各自的专业领域出发,对旅游资源进行调查研究。

(2) 主要研究内容与实践。

这一阶段,我国旅游业处于传统的山水和文化观光时期,规划主要挖掘自然和人文旅游资源,吸引更多游客,追求数量型增长。旅游资源开发的文献占据很大比例,旅游资源分类、评价和开发利用成为旅游规划主体内容。

资源理论研究用于实践中,形成了大量旅游规划的实际案例,取得了良好的效果,对旅游业的发展起到了很大的促进作用。具典型代表意义的有郭来喜等人于 1984 年完成的《华北海滨风景区昌黎段开发研究》,这是中国学术界介入旅游规划领域所完成的第一个真正意义上的旅游规划;还有陈传康等人于 1988 年完成的《广东省韶关市丹霞风景区旅游规划》;刘庆余等人于 1990 年完成的《八达岭—十三陵风景名胜区总体规划》等,这些工作均对以后的旅游规划产生了深厚的影响。

2) 探索阶段——市场导向型(1990—2000 年)

(1) 阶段背景。

1986 年,中国政府将旅游业正式确立为产业部门。到了 20 世纪 90 年代,旅游业成为很多地区发展的支柱产业。深圳“锦绣中华”主题公园的火爆,开启了中国主题公园开发的新时代,旅游市场备受旅游开发商、旅游规划专家的重视,在所制定的旅游规划文本中,市场部分篇幅增大;国家旅游局在制定“九五”规划时着重突出了市场的地位,加大了市场部分内容的比重。

旅游规划学界以市场经济理论为研究基础,不断完善市场导向型的旅游规划理论和方法,并衍生出产品导向和形象导向观念,认为旅游规划应该“以资源为依托,以市场为导向”。

(2) 主要研究内容与实践。

以市场为导向的旅游规划注重市场调查、测定和可行性分析。旅游规划专家应有很强的旅游市场敏感性,能够把握旅游市场需求的趋势,正确地选出优先开发的旅游资源,并

指出其开发价值。这一时期的旅游规划,强调科学的市场定位,以市场需求为出发点,对旅游资源进行筛选、加工再创造,设计、制造、组合成适销对路的旅游产品,即采用资源-产品-市场的旅游产品规划规律。

在旅游规划实践方面,由范家驹、孙大明等人于1992年完成编制的《海南省旅游发展规划大纲》,是我国第一个全省性的并且是由省政府正式颁布在全省范围内施行的旅游规划。由王兴等人1997年完成的《广西壮族自治区旅游规划》,系统性地论述了广西旅游产业发展战略和广西旅游产业建设系统工程,成为市场导向旅游规划工作的典型代表之一。此外,由郭来喜主持完成的《南宁市旅游业发展总体规划》《青海省旅游业发展与布局总体规划》等,对以后的旅游规划均有重要的指导意义。

3) 科学发展阶段——人本导向型(2001至今)

(1) 阶段背景。

在国内旅游快速发展的同时,旅游目的地出现了基础设施不完善、人们环保意识落后、价值取向扭曲等不良发展情况,破坏性旅游开发活动开始蔓延,旅游规划出现的问题值得反思。

2004年,国家旅游局规划发展与财务司提出全国旅游业发展“十一五”规划的指导思想是“坚持以人为本,树立全面、协调和可持续的新发展观,按照‘五个统筹’主导协调,按照‘五个坚持’开拓创新,与时俱进规划未来,抓住‘十一五’战略机遇期全面提升产业素质和发展水平,为2020年实现世界旅游强国的既定目标奠定坚实的基础”。这种指导思想,对旅游规划学术研究水平的提高和实践的发展起到巨大的促进作用。旅游学界致力于将规划的指导思想与可持续的理论、方法结合起来,由此出现了社区参与的规划方法。21世纪,“以人为本”的科学发展观确立,开始贯彻全面协调发展理念。

(2) 主要研究内容与实践。

以人为本导向时期,旅游规划强调开发与保护并重,不仅要强化旅游环境建设,还要加强自然文化资源与生态环境保护。旅游活动满足的是旅游者的旅游需求,旅游目的地做到满足旅游者审美愉悦的追求,获得高质量的旅游经历。同时,旅游目的地的居民也能从旅游中获得发展机会,提高自己的生活水平。旅游规划在可持续发展和以人为本思想的指导下促进旅游业的健康、有序发展,采取真正意义的可持续发展战略,使得旅游的经济效应、社会效应和环境效应都达到优化(图1.1)。

在实践中,旅游规划人员采用先进的技术和方法将可持续观念融入规划过程。这一时期的规划代表有:由北京大学城市与环境学系于2000年完成的《洛阳市旅游发展规划》,该规划在规划思想、路线、方法及技术手段方面都进行了积极而有价值的探索;由世界旅游组织于2000年12月完成的《山东省旅游发展总体规划》;由国家旅游局、国务院三峡办、国家发展和改革委员会、国务院西部开发办、交通部、水利部于2003年共同完成编制的《长江三峡区域旅游发展规划》,开创了我国跨省域旅游规划编制工作的先河,是我国旅游规划工作新的里程碑。

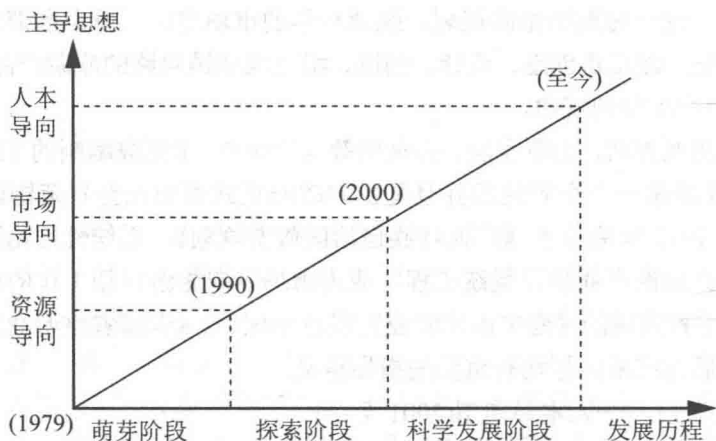


图 1.1 中国旅游规划的发展

知识链接 1-2

我国旅游规划研究领域热点问题综述

基于 CNKI 的文献检索与分析结果表明，2000 年以来我国旅游规划相关研究总体上呈现持续、快速和相对稳定的发展态势。旅游规划研究领域的热点问题主要集中在生态旅游、区域旅游、GIS 技术、乡村旅游、可持续发展、西部旅游和利益相关者这七个方面。上述热点问题之间相互关联，互相渗透。总体而言，当前我国学术界对旅游规划的研究表现为多学科支撑、多角度切入以及新概念、新技术不断被引入的特点。与此同时，不同问题的研究进展又各不相同：有些尚处于概念引入和理论介绍的定性研究阶段，而有些则已经或正在向变量分析的层面挺进。

资料来源：周玲强，张文敏．2000 年以来我国旅游规划研究领域热点问题综述[J]．浙江大学学报(人文社会科学版)，2010(3)．

1.1.3 旅游规划的类型

根据中华人民共和国国家标准《旅游规划通则》(GB/T 18971-2003)旅游规划按照空间范围分为两大类：一是旅游(业)发展规划，二是旅游区规划。

1. 旅游发展规划

旅游发展规划按规划的范围和政府管理层次分为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。

旅游发展规划包括近期发展规划(3~5 年)、中期发展规划(5~10 年)或远期发展规划(10~20 年)。

1) 旅游发展规划的主要任务

旅游发展规划的主要任务是明确旅游业在国民经济和社会发展中的地位与作用，提出

旅游业发展目标, 优化旅游业发展的要素结构与空间布局, 安排旅游业发展优先项目, 促进旅游业持续、健康、稳定发展。

2) 旅游发展规划的主要内容

全面分析规划区旅游业发展历史与现状、优势与制约因素, 以及与相关规划的衔接; 分析规划区的客源市场需求总量、地域结构、消费结构及其他结构, 预测规划期内客源市场需求总量、地域结构、消费结构及其他结构; 提出规划区的旅游主题形象和发展战略; 提出旅游业发展目标及其依据; 明确旅游产品开发的方向、特色与主要内容; 提出旅游发展重点项目, 对其空间及时序作出安排; 提出要素结构、空间布局及供给要素的原则和办法; 按照可持续发展原则, 注重保护开发利用的关系, 提出合理的措施; 提出规划实施的保障措施; 对规划实施的总体投资分析, 主要包括旅游设施建设、配套基础设施建设、旅游市场开发、人力资源开发等方面的投入与产出方面的分析; 旅游发展规划成果包括规划文本、规划图表及附件; 规划图表包括区位分析图、旅游资源分析图、旅游客源市场分析图、旅游业发展目标图表、旅游产业发展规划图等; 附件包括规划说明和基础资料等。

2. 旅游区规划

旅游区规划按规划层次分为总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划等。

1) 旅游区总体规划

旅游区在开发、建设之前, 原则上应当编制总体规划。小型旅游区可直接编制控制性详细规划。旅游区总体规划的期限一般为 10~20 年, 同时可根据需要对旅游区的远景发展作出轮廓性的规划安排。对于旅游区近期的发展布局和主要建设项目, 亦应作出近期规划, 期限一般为 3~5 年。

(1) 旅游区总体规划的任务。

分析旅游区客源市场, 确定旅游区的主题形象, 划定旅游区的用地范围及空间布局, 安排旅游区基础设施建设内容, 提出开发措施。

(2) 旅游区总体规划内容。

对旅游区的客源市场的需求总量、地域结构、消费结构等进行全面分析与预测; 界定旅游区范围, 进行现状调查和分析, 对旅游资源进行科学评价; 确定旅游区的性质和主题形象; 确定规划旅游区的功能分区和土地利用, 提出规划期内的旅游容量; 规划旅游区的对外交通系统的布局 and 主要交通设施的规模、位置; 规划旅游区内部的其他道路系统的走向、断面和交叉形式; 规划旅游区的景观系统和绿地系统的总体布局; 规划旅游区其他基础设施、服务设施和附属设施的总体布局; 规划旅游区的防灾系统和安全系统的总体布局; 研究并确定旅游区资源的保护范围和保护措施; 规划旅游区的环境卫生系统布局, 提出防止和治理污染的措施; 提出旅游区近期建设规划, 进行重点项目策划; 提出总体规划的实施步骤、措施和方法, 以及规划、建设、运营中的管理意见; 对旅游区开发建设进行总体投资分析; 旅游区总体规划的成果要求; 规划文本; 图件, 包括旅游区区位图、综合现状图、旅游市场分析图、旅游资源评价图、总体规划图、道路交通规划图、功能分区图等其他专业规划图、近期建设规划图等; 附件, 包括规划说明和其他基础资料等; 图纸比例, 可根据功能需要与可能确定。