

“十一五”国家图书重大工程出版规划

中国景观与旅游规划设计丛书

刘滨谊 主编

旅游发展战略规划理论与实践

Theory and Practice of Tourism Development
Strategic Planning

同 济 大 学
风景科学与旅游系

刘滨谊 等著



东南大学出版社
Southeast University Press

中国景观与旅游规划设计丛书

“十一五”国家图书重大工程出版规划

Theory and Practice of Tourism Development Strategic Planning

旅游发展战略规划 理论与实践

——兼述新疆四地州旅游发展战略规划

同 济 大 学
风景科学与旅游系

刘滨谊 等著

东南大学出版社

内 容 提 要

旅游战略规划是我国旅游规划的空白,是旅游规划的最高层面,是旅游规划发展至今刚出现的规划形式,具有宏观性、区域性、动态性、综合性。这几年,国家和各省市市政府特别注重旅游业的发展、旅游业的规划。

本书内容共分四篇。第一篇介绍旅游发展战略规划的理论和方法;第二篇介绍战略规划的总体结构、主题规划,保护与开发协调规划;第三篇介绍战略分区规划的项目、内容;第四篇介绍、分析国内外旅游战略规划的案例。

图书在版编目(CIP)数据

旅游发展战略规划理论与实践——兼述新疆四地州旅游发展战略规划/刘滨谊等著.—南京:东南大学出版社,
2006.3

(中国景观与旅游规划设计丛书/刘滨谊主编)

ISBN 7-5641-0296-9

I. 旅... II. 刘... III. 旅游业-经济发展战略-研究 IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 102644 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

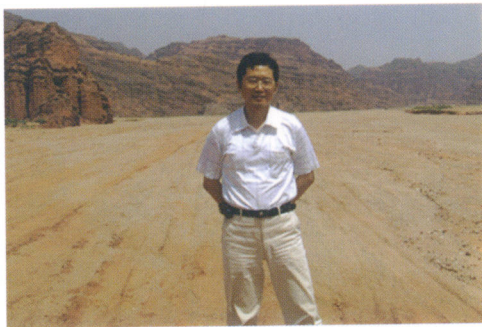
新华书店经销 扬中市印刷有限公司印刷

开本:787mm×1092mm 1/12 印张:31 字数:790 千字

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

印数:1~2500 定价:120.00 元

(凡因印装质量问题,可向我社读者服务部调换。电话 025-83792328)



刘滨谊

1957年4月生，男，汉族。1978年入同济大学，1983年毕业于建筑系建筑学专业，继之，师从中国著名建筑师冯纪忠教授，先后于1986年获工学硕士学位，1989年获博士学位，是中国自己培养的第一位景观规划设计学博士，1986~1987年留学美国，1992~1994年再度留美，完成景观环境规划博士后研究。现为同济大学景观与园林规划设计学科A岗责任教授，同济大学风景科学研究所所长，同济大学建筑城规学院风景科学与旅游系系主任、教授、博导，美国佛吉尼亚州立大学客座教授，中国上海景观学会副理事长，中国风景园林学会理事，国际景观生态学会理事，美国景观规划设计学会终身荣誉会员（华人唯一）。

迄今，发表《风景景观工程体系化》、《图解人类景观—环境塑造史论》、《现代景观规划设计》等学术专、译著10部，论文200余篇；负责完成国家自然科学基金6项、部委科研项目5项，以及100余项景观规划与设计工程项目。

刘率先开辟了景观规划设计学学科领域的理论研究与高技术应用、专业教育以及工程实践，创立了风景景观工程体系、提出了CQE人类聚居环境工程体系以及景观规划设计三元理论，其最新研究理论是景观与旅游AVC三力理论。曾获“霍英东青年教师研究奖”并入选国家教委“跨世纪优秀人才培养计划”。

联系地址：邮编200092上海市四平路1239号
同济大学建筑与城市规划学院

E-mail: byltjulk@vip.sina.com

网址: www.landscapeonline.com.cn

www.renjulandscape.com

电话: 021-65980253

传真: 021-65980600

新疆四地州旅游发展战略规划

委托单位:北京中坤投资集团

新疆克孜勒苏柯尔克孜自治州人民政府

新疆喀什地区行政公署

新疆阿克苏地区行政公署

新疆和田地区行政公署

承担单位:同济大学风景科学研究所

项目负责人:刘滨谊 教授、博士、博导

同济大学建筑城市规划学院风景科学与旅游系主任

风景科学研究所所长

项目顾问:Patrick A. Miller 教授、博士、博导

美国景观规划设计师学会主席

美国弗吉尼亚理工及州立大学教授

项目组成员:

刘滨谊 教授、博士、博导

Patrick A. Miller 教授、博士、博导

王兴斌 教授、联合国计划开发署 UNDP 旅游专家

王云才 副教授、博士,同济大学风景科学研究所

刘 颂 副教授、博士,同济大学风景科学研究所

武弘麟 副教授、博士,北京大学

毕亚丁 高工、新疆金路旅行社总经理

参与本项目的还有同济大学风景科学研究所的下列成员:

周玲高工(一级注册建筑师)、戴代新博士、张国忠、廖嵘、王敏、刘琴、彭晓凯、李锋、宋婷、卫丽亚、万静、杨星、冯娜、邵琳、汪洁琼、魏怡、刘婷、郭蓓丽、王御风、金秋爽、王心伊、蒋冠林、房臣风

总序

刘滨谊

随着中国聚居环境建设的加速发展以及中国旅游业的加速腾飞,运用景观与旅游规划设计学科专业知识,创造令人心旷神怡的景观环境,提供让人流连忘返的旅游场所,对于每一位从事实践工作的景观与旅游规划设计师,是历经艰辛、始终追求、难得终极的目标。为了帮助每一位景观与旅游规划设计师实现这一目标,为了及时分析、评价、总结众多典型的景观与旅游规划设计实例,为了推动景观规划学科专业的发展建设,作者编写了这套景观与旅游规划设计丛书。

现代景观与旅游规划设计的三元:

以实际项目为蓝本,这套丛书由现代景观规划设计、现代旅游规划设计、现代景观与旅游相结合的景观旅游规划设计三大类型系列专著组成。

在中国,现代景观规划设计基于风景园林界和规划建筑界的学科背景,以规划设计为核心,着力于游赏环境空间的创造,擅长于物质环境、空间形态以及文化意境的调查分析、空间布局、意向创造,在景观与旅游的详细规划和设计方面具有二十多年的积累和显著的优势;现代旅游规划设计基于旅游管理界和经济学界的学科背景,以旅游资源的开发经营为核心,着力于游赏环境资源的识别,擅长于旅游资源、经济运营以及社会人文的调查分析、综合利用、发展决策,在景观与旅游的前期策划性规划,即旅游总体规划以及项目策划方面具有十多年的积累和明显的优势。随着中国聚居环境的不断扩展以及旅游业的加速腾飞,在大量的环境建设与旅游开发的实践中,景观规划设计与旅游规划设计正在走向融合。理论与实践表明,景观与旅游原本就密不可分,景观规划设计同样需要考虑经济效益、游客使用、运营管理;旅游规划也同样需要分析时空布局、生态环保、景点建设。

合乎现代社会发展的三大类型景观旅游规划设计均应当包括发展规划(前期策划)、总体规划、详细规划设计这三个阶段。发展规划是将所规划的景观区/旅游区/景观旅游区放在一个区域的大

背景中考虑问题;总体规划是就所规划的景观区/旅游区/景观旅游区范围考虑问题;详细规划,其中也包含着方案设计,是就总体规划中重要的区域、景点考虑问题。景观旅游规划的这三个阶段及其相应的规划内容是三位一体、缺一不可。

工程实践中,现代景观与旅游规划设计时空跨度大,内容涵盖面广,性质变化丰富。空间范围大:从数十万平方千米的区域旅游发展规划、区域景观生态保护规划到数公顷的城市广场、公园景观环境规划。项目内容广:从风景名胜区总体规划、旅游度假区总体规划、主题公园规划到城市绿地系统规划、道路景观规划设计、滨水带规划设计。项目性质丰富:从保持自然原始的景观资源到创造人工生态的旅游资源,从发掘传统文化的地方景观到追求现代精神的旅游文化景观。

理论研究中,现代景观旅游规划设计介入的学科综合、专业广泛、范式多样、理论各异,具有交叉性、融合性、边缘性、多中心性、非权威性是现代新兴应用学科领域的基本特征,在学术界不仅呈现出众说纷纭、莫衷一是、百家争鸣的局面,而且因其理论原理的错综复杂性和变化性,同一家也经常自相矛盾。发展成长中的中国景观与旅游规划设计,其项目实践需求、规划设计内容发展之迅速,真可谓日新月异。

中国现代景观与旅游规划设计是一片亟待开垦的广阔天地,风景旅游规划设计师们忙于实践而无暇思考。面对大好的机遇和严峻的挑战,亟待解决的是观念意识、是理论思考的创新,而首当其冲的是确立合理的观念目标、选取有效的操作方法、研究具有实践意义的理论技术,从而树立现代风景旅游规划设计的哲学观和方法论。这里所提出的现代景观与旅游规划设计的三元论,正是基于这样的思考。

需求与内容的三元:

如同传统的风景园林规划设计与旅游组织安排,现代景观与旅游规划设计,其基本的追求仍然是为游人创造时间与空间的差

异、文化与历史的新奇、生理与心理的满足。作者认为,现代景观与旅游规划设计自始至终都应以此为核心和最终目标。

以此为出发点,从中国景观与旅游规划的实践需求看,作者认为其中蕴含着各个层面不同的需求:① 景观与旅游活动以及与之相关的文化历史与艺术层面,包括潜于景观与旅游环境中的历史文化、风土民情、风俗习惯等与人们精神生活世界息息相关的文明,即关于人们行为活动以及与之相应的经营运作的规划需求;② 景观时空层面,基于景观空间布局的规划,包括区域、总体、景区、景点的时间与空间上的布局、设计,即关于景观时空布局的规划需求;③ 环境、生态、资源层面,包括土地利用、地形、水体、动植物、气候、光照等人文与自然资源在内的调查、分析、评估、规划、保护,即生态环境大地景观的规划需求。这些构成了景观与旅游规划需求的三元。

与需求对应,现代景观与旅游规划的内容同样包含三元:① 以“旅游”为核心的群体行为心理规划和项目经营;② 以“景观”规划为核心的优美景观与旅游环境形象创造;③ 以“生态”为核心的景观与旅游环境生态保护。

作者认为:对于中国景观与旅游规划设计,无论其项目大小,全面到位的规划设计应包括“旅游”、“景观”、“生态”这基本而核心的三元。

与内容相对应,景观与旅游规划设计实践在层面、重点、阶段、支撑专业等方面都具有三元的特征:

(1) 景观与旅游规划设计的三个层面:区域—景区—景点。

(2) 景观与旅游规划设计的三个重点:资源(区域上)—布局(总体上)—选择(景点与项目策划)。

(3) 景观与旅游规划设计的三个阶段:发展规划(阶段1)—总体规划(阶段2)—详细规划(阶段3)。

(4) 景观与旅游规划设计的全过程:“策划”—“规划设计”—“管理”。

(5) 支撑学科领域:旅游经济学、景观园林学(包括建筑、规划、园林)、环境生态学。

与众说纷纭的各类景观与旅游规划设计倾向和流派相对应,存在三种极具发展潜力的流派:① 以景观与旅游策划为核心,重在大众行为心理景观策划的游憩流派;② 以景观规划和环境艺术设计为核心,重在空间规划布局与景点设计的景观流派;③ 以旅游资源、环境生态保护利用为核心,重在自然生态的生态流派。这三种流派代表着现代景观与旅游规划学科领域的发展方向。

观念与目标的三元:

旅游经济—景观形态—环保生态,这是景观与旅游规划设计观念与目标的三元。其中,环保生态是前提,景观形态是基础,旅游经济是龙头。就目前的中国情况而论,景观规划设计、旅游管理、环境工程的专家学者、部门领导、管理人员,以及不同学科专业和不同职业背景的人对于景观与旅游规划观念目标的理解和解释各不相同,甚至差别很大。为此,需要跳出不同学科、专业、职业、经历的局限,根据中国社会的需求,以景观与旅游规划设计的实践检验作为立足点,来看待自身也在不断演进的景观与旅游规划设计。根据景观与旅游规划设计实践的经历体验,作者提倡:对于中国,全面达标的景观与旅游规划设计首先应包括并强化“旅游经济”、“景观形态”、“环境生态”这三个方面的规划设计。“旅游经济”的规划,其核心是对旅游资源(分为自然天成的和人为创造的两类)、人们的行为心理、项目经济运作这相互交织的三者进行揣摩、分析、设计、预测,统称策划;“景观形态”的规划设计,又称为风景园林规划与设计,其核心是对旅游项目、游客活动、设施建设这三者进行空间布局、时间分期、设施设计,统称规划与设计;“环保生态”的规划设计,其核心是对景观环境、旅游区、旅游地的自然要素环境以及因景观与旅游开发建设而产生的影响,进行识别、分析、保护的规划设计。一个几万平方千米的区域旅游发展规划、一个旅游地的项目策划、一个旅游地或者景观场所的修建性详细规划设计,虽然规划、层次、深度各不相同,但是,规划设计中都必须将这三方面作为基本内容予以考虑,前提、基础、龙头三位一体的结构关系不可错位,三方面的比重、深度可以调整。

操作方法论的三元:

多学科专业人员介入—层次明确的系统理论—规划与设计的专业素质,这是风景旅游规划设计操作方法论上的三元。景观与旅游规划设计的多学科专业性,要求操作中首先要保证一定数量人员的同时介入。实践经验告诉我们,一个稍上规模的景观与旅游规划设计项目,首先,需要来自不同领域的数人乃至数十人的介入,其中至少要有四五位专项负责人员参与,若要保证起码的规划设计质量,哪怕是再小的景观与旅游规划设计项目也不是一二个人就能够完成的;其次,在众多学科专业同时介入时,还必须树立规划的层次级差观念,哪些方面是重要的?哪些方面是次要的?哪些是潜在决定的因素?哪些是间接甚至是引起误导的表象?由于这样或那样的客观原因,哪些是可以忽略不计的?哪些又是必不可少的?其目的是抓纲带目、纲举目张,谁是纲?谁是目?必须达成共识,

否则纲目混淆,主次颠倒,反而给规划帮了倒忙。这就如同城市规划,社会经济、人口、文化、总体、道路、景观绿化、市政管线等众多分工专项中,需要以“总体”为龙头;如同建筑设计,建筑、结构、水、暖、电、概预算等多工种协调中,要以“建筑”为统领;如同景观与旅游规划设计,经济、心理行为、游憩、资源、文化、历史、景观、园林、环艺、交通、设施、环保、生态等等,在这些众多的因素专项规划中,也需要一个“龙头”,这个龙头必须是旅游经济项目—时空形态布局—环境生态保护这三位一体的“规划”、“设计”。基于景观与旅游规划设计的实践,在本套丛书中,作者坚持以景观与城市规划师的规划专业素质作为景观与旅游规划设计师的实践根基。这种规划的根基,除了时间空间布局与形态设计,其根本的素质在于:一方面要具备条分缕析、辨别纲目的严谨缜密的理性思维与行动;另一方面同时还要具备灵活多变、始终创新的自由浪漫的感性思维与行动。这也正是“规划”与“设计”的本质所在,景观与旅游规划设计也不例外。

理论研究的三元:

明确观念、分清纲目、不断创新,要在景观与旅游规划设计的实践中做到这些,还必须借助于理论,借助于结合中国国情的景观与旅游规划设计理论。对于目前我国刚刚起步、众说纷纭、观点各异的风景旅游规划设计理论,贯穿于本套丛书总结的各类实际案例,作者提倡以下三个方面的研究重点:①从景观与旅游规划设计的核心内因入门,研究以人为中心的游憩规划设计和以环境为主的资源筹划;②从景观与旅游规划设计的操作落实着手,研究各类风景旅游活动项目空间与时间分布的规律以及相应的规划设计;③从景观与旅游规划设计诸纲目因素的分析评价突破,研究景观与旅游规划设计的价值观念,把景观与旅游经济—社会—环境的三大效益评价和景观与旅游规划设计关联的各个要素挂钩

量化,寻求满足社会市场需求的中国景观与旅游规划设计的内在规律。

中国景观、旅游、环保三位一体的结合势在必行。中国现代风景旅游规划设计的兴起已是势不可挡。其客观基础来源于近年迅速扩展的风景旅游规划设计市场的需求与工程实践,与过去几十年的实践相比,项目类型、规模和工作内容深度均已大大扩展。例如,以省域旅游发展规划为代表的大范围区域旅游战略发展规划,不少城市都在进行的城市旅游发展总体规划,旅游度假区规划设计,与旅游规划结合的城市绿地系统规划、城市景观风貌规划、滨水区规划设计、街道景观设计、城市广场规划设计等等。其中,环保是前提,景观是基础,旅游是龙头,在景观与旅游规划设计的热潮中,我们规划设计师们应当保持清醒的头脑,自始至终坚持这一基本原则。

面对中国景观与旅游规划设计事业千载难逢、空前绝后的发展机遇,以景观与旅游规划设计三元论作为指导思想的理论基础,从众多的景观与旅游规划设计项目实践着手,寻求结合中国国情的景观与旅游规划设计发展创新之路,这是作者在多年的景观与旅游规划设计教育、研究、实践工作中始终不渝、不断追求的目标理想。

为此,对于景观与旅游规划设计,基于作者团队系列理论研究与项目实践,放眼国内外景观与旅游规划设计实例,将千姿百态的景观与旅游规划设计理论与实践,通过最新工程实例的分析探讨,从基本概念、规划设计方法到国际先进案例与理论研究的最新前沿,借助一系列专著向所有有志于景观与旅游规划设计的读者传达上述信息,借以推动中国景观与旅游规划设计业的繁荣壮大,这也正是本套丛书编著的初衷。

前言

在经济、信息全球化的宏观背景下,中国当今和未来的旅游产业呈现出三大新特征:(1)“瞬息万变”——旅游业的发展形态已不再是静态的资源依赖型,而是受随时而变且变化多端的多种项目因素制约与影响。(2)“大规模效应”——区域与区域之间相互牵制、牵一动百,单打独斗已无济于事,哪怕是局部有限的地域也必须走向区域联动才有可能取得效益。(3)“局部影响整体”——在呈现区域联动的同时,局部景区景点的成败得失往往成为区域旅游整体发展生死存亡的关键命脉。中国的旅游规划应当围绕由此产生的问题,针对三大特征而展开。大量实践证明,传统常规的旅游规划已难以适应变化了的形势和需求,旅游实业界呼唤旅游规划的新思维、新思想。

由地方政府组织、同济大学风景科学研究所完成规划、北京中坤集团投资实施的《新疆四地州旅游发展战略规划》以及之后的《宁夏贺兰山东麓文化旅游带发展战略规划》等研究性项目正是针对上述三大特征的发掘、发挥、实践,通过一套崭新的旅游规划理论方法的摸索,围绕回答解决相应的问题对策而展开的。《新疆四地州旅游发展战略规划》项目纵横 60 万平方千米,涉及中亚五国,历时一年半,参与人员近三十人。本书全面记录、展示了这一综合探索性的旅游规划项目理论与实践的丰硕成果。

同济大学风景科学研究所与北京中坤集团在旅游规划与拓展领域的紧密合作、相互促进,不仅取得了学术界的创新和实业界的成功,而且最为重要的是探索出了一套当今与未来发展旅游的成功战略。这就是:全球化的视野,战略化的思路,企业化的运作。在旅游发展战略规划的研究与实践中,自始至终贯穿了这一战略,这一战略正是我们旅游发展战略规划研究与实践的理论概括与经验总结。

总之,作为中国旅游规划界的核心机构和先锋单位之一的同济大学风景科学研究所,这几年一直在研究探索一套卓有成效的旅游规划理论与方法,以满足中国当今与未来旅游业迅猛发展的

需要,这是历史赋予我们的义不容辞的神圣使命。以《新疆四地州旅游发展战略规划》为实例,本书试图将旅游发展战略规划这一旅游规划实践中面临的重大问题上升到理论的高度加以研究、总结,建立一套旅游发展规划的基本模式,探索一条当今与未来中国旅游规划的必由之路。

刘滨谊

2006.3.12

目 录

第一编 理论研究

- 一 旅游发展战略规划的产生背景与核心 3
- 二 旅游发展战略研究的演变 5
- 三 旅游发展战略研究的创新 5
- 四 旅游发展战略研究的导向 8
- 五 旅游发展战略规划的理论研究 8
- 六 旅游发展战略规划的方法 11
- 七 旅游发展战略规划操作程序 12
- 八 结论 13

第二编 战略规划

第一章 总体结构

- 一 新疆四地州旅游发展战略规划框图 17
- 二 规划依据 18
- 三 总体结构 19
- 四 战略规划原则 22
- 五 SWOT 分析 22
- 六 战略规划思路 23

第二章 旅游主题规划

- 一 特色探险游 27
- 二 商务旅游 86
- 三 自助旅游 91
- 四 分时度假旅游 97
- 五 西域国际影视基地游 101

第三章 保护与开发协调规划

- 一 区域整体生态环境保护战略 110
- 二 重点保护区域的确立与申报 112
- 三 重点旅游地生态环境与地方文化保护导则 114
- 四 旅游开发建设生态环境保护措施 116

第三编 战略分区规划

第一章 克孜勒苏柯尔克孜自治州旅游发展战略规划

- 一 旅游业发展概要调查 119
- 二 旅游发展战略规划 132
- 三 旅游优先发展主题规划和项目规划 138

四 重点景区开发建设战略规划	138
----------------	-----

第二章 喀什地区旅游发展战略规划

一 旅游业发展概要调查	146
二 旅游发展战略规划	156
三 旅游优先发展主题规划和项目规划	161
四 重点景区开发建设战略规划	161

第三章 阿克苏地区旅游发展战略规划

一 旅游业发展概要调查	169
二 旅游发展战略规划	183
三 旅游优先发展主题规划和项目规划	187
四 重点景区开发建设战略规划	191

第四章 和田地区旅游发展战略规划

一 旅游业发展概要调查	197
二 旅游发展战略规划	206
三 旅游优先发展主题规划和项目规划	211
四 重点景区开发建设战略规划	214

第四编 相关专题研究

第一章 国际同类项目实例调查分析

一 旅游资源开发程序	225
二 旅游经营组织模式与专项旅游产品调查	228
三 风景旅游环境保护模式调查	234
四 风景旅游历史文化保护模式调查	238
五 旅游开发与市区市域协调关系模式调查	239
六 旅游设施开发建设模式调查	241

第二章 四地州世界遗产申报可行性研究与保护性规划战略

一 世界遗产申报程序调查及其具体问题预测	244
二 现状风景旅游资源与世界遗产标准比较分析报告	247
三 基于遗产申报的风景环境生态保护性规划纲要专题报告	252
四 基于遗产申报的风景历史文化资源保护性规划纲要专题报告	254
五 基于遗产申报的相关旅游开发限制专题报告	256
六 遗产申报概要综合报告	257

第三章 四地州森林公园和地质公园申报可行性研究与保护性规划战略

一 新疆克州奥依塔克申报国家森林公园可行性研究与保护性规划战略	259
二 新疆喀什地区金湖杨国家森林公园	263
三 新疆阿克苏地区大小台兰申报国家森林公园可行性研究与保护性规划战略	263
四 新疆克州、喀什地区申报帕米尔山原国家地质公园可行性研究与保护性规划战略	268
五 新疆阿克苏地区申报天山大峡谷国家地质公园可行性研究与保护性规划战略	273

第四章 重点景区景点开发建设前期考察报告

一 宾馆建设用地前期考察	280
(一) 上亚郎水库度假区	280
(二) 阿图什宾馆	282
(三) 奥依塔克度假基地	285
(四) 喀拉库勒湖宾馆	286
(五) 石头城宾馆一	288
(六) 石头城宾馆二	290
(七) 阿克苏宾馆	291
(八) 库车宾馆	293
二 自然景区景点景观规划设计前期考察	295
(一) 奥依塔克冰川公园	295

(二) 白沙山景区	298
(三) 布伦库勒湖景区	300
(四) 喀拉库勒湖景区	302
(五) 慕士塔格峰登山营地	304
(六) 绿弓湖景区	305
(七) 铁热克柳树林森林公园	306
(八) 铁热克温泉景区	308
(九) 天山神秘大峡谷景区	310
三 人文景区景点景观规划设计前期考察	312
(一) 喀什高台民居景区	312
(二) 阿帕克霍加墓景区	315
(三) 天山神木园、叠瀑峡景区	317
(四) 克孜尔千佛洞景区	319
(五) 苏巴什古城遗址景区	321
(六) 克孜尔尕哈烽燧景区	323
(七) 石头城景区	324

附 件

附件一：吉尔吉斯斯坦共和国旅游资源概况	328
附件二：塔吉克斯坦共和国旅游资源概况	329
附件三：巴基斯坦伊斯兰共和国旅游资源概况	330
附件四：伊犁哈萨克自治州旅游资源概况	331
附件五：巴音郭楞蒙古自治州旅游资源概况	332
附件六：中国新疆克州与喀什自然资源与人文资源评价报告	333
附件七：国家林业局森林公园管理办公室规范国家森林公园申报及审批程序	338
附件八：中国森林公园风景资源质量等级评定（国家标准）（GB/T18005—1999）	339
附件九：联合国教科文组织世界地质公园申报材料	340
《新疆四地州旅游发展战略规划》评审意见	342
《新疆四地州旅游发展战略规划》修改意见	342
附注	342
图片目录	342

第一编

理论研究



一 旅游发展战略规划的产生背景与核心

(一) 经济全球化和区域经济一体化

经济全球化和区域经济一体化是当代世界经济大势所趋。社会信息化是经济全球化的基本前提和促进手段,全球以信息网络为纽带连成了一个“大市场”,市场经济全球化与世界性社会化大流通促使国际间的联系与合作不断加强,各种市场的融合和国家之间的相互依赖的步伐已经大大超过了政治一体化的步伐。以“蝴蝶效应”为典型,牵一动百,社会信息化的连锁反应效应已覆盖全球每一角落。其对经济发展的效应造成了市场交易上的偶然性增加,从而增加了政府实行宏观经济调控政策的难度。诸如自然资源、资本、劳动力和智力资源等方面的差异,此类传统差异的比较优势,其重要性在上述新的形势中正在日益下降。规则正在改变,一切需要重来。经济与信息全球化为所有国家都带来了新的机遇和挑战。

经济全球化和社会信息化的主要特征表现为:市场广阔、流通深远、瞬息万变、难以调控。如何进行科学决策、制定应对策略以适应瞬息万变的经济竞争环境和消费需求向个性化、多样化方向发展的趋势,已经成为政府和市场共同关注的问题。

(二) 区域旅游经济一体化

经济全球化建立在区域经济一体化的基础之上,区域经济一体化是在经济全球化环境中发展的,两者是互相依存不可分割的关系。可以说没有区域经济一体化的发展,经济全球化也是难以实现的。改革开放以来,在经济全球化和区域经济一体化浪潮的冲击下,中国国内区域经济一体化发展的趋势已经显现,尤以近年长江三角洲、珠江三角洲等地区的经济一体化进程发展迅猛。

区域经济一体化必然渗透和体现在各个产业形态之中,旅游业也不例外。由于旅游业本身就是一种跨区域、跨国界、全球化的人流消费活动,从而决定了旅游经济一体化的需求更为迫切,进程更加明显。目前旅游业的竞争,已由单个企业层面、单个城市层面的竞争,发展到区域一体化的联合竞争。因此,旅游业要在激烈的市场竞争中做大做强,就必须打破行政壁垒,走区域一体化发展之路,在更宽领域、更高层次参与市场竞争。因此,区域一体化已成为现代旅游业发展的必由之路。

东盟国家之间旅游业合作就是旅游区域一体化的重要案例。面向全世界,东盟旅游合作组织推出了统一的旅游目的地形象宣传主题,即“东盟:旅游新景观”。在东盟地区旅游业界人士看来,实现区域旅游业的一体化,是提高自身竞争能力的最为有效的途径。

中国的旅游业正由区域性开放向产业性开放转变,中国正从低收入国家向中等收入国家迈进,旅游业将成为国家的重要产业,全球经济一体化使得中国的旅游产业正在走向全球化。在中国,加强区域性旅游合作工作已经启动。

案例之一:江浙沪旅游市场开发一体化工作。该合作是加快长三角旅游圈一体化步伐的重要内容,在深化合作内容、拓展合作方式方面,江浙沪旅游市场开发一体化建设注重旅游整体形象一体化、旅游产品建设一体化、旅游宣传促销一体化、旅游信息建设一体化。确定坚持“资源共享,品牌共享,市场共享,信息共享,效益共享”的原则,建立和完善协作协调机制,坚持定期的例会制度,做到议题既有前瞻性,又有可操作性。

案例之二:山东半岛城市群旅游一体化。其发展的基本思路是以市场为导向、以游客为中心、以利益为纽带、以共赢为目的、打破地域限制、突破体制障碍,形成统一、开放、有序的旅游市场体系,构建旅游合作机制,实现旅游发展的一体化和整体效益的最大化。并提出各地方旅游部门应强化“四种意识”,重点实施好“八个一体化”。“四种意识”是合作共赢意识、合理分工意识、共铸品牌意识、龙头带动意识。“八个一体化”是指旅游规划一体化、要素配置一体化、旅游信息一体化、旅游交通一体化、市场营销一体化、结算方式一体化、服务标准一体化、市场监管一体化。

(三) 旅游产业经济市场化运作

随着市场经济的不断成熟,旅游产业也逐步走上“政府引导、市场主导、规划先行、重点突破”的轨道。政府已经在市场化运作中从台前回归幕后,由“演员”变成“牵线搭桥”的“经纪人”,负责全力打造整体品牌优势,考虑旅游发展的方向、市场化的运作模式、景区景点的总体布局。而景区景点建设及其经营管理则依靠市场来解决。市场化运作把政府和企业都解放了出来,政府不用为唱哪一出“戏”而影响到整个旅游产业的宏观决策,企业则可以在市场化运作中得到收益。

旅游产业化发展与旅游市场化经营两者既有差别,又密不可分。成功的旅游产业化发展需要成熟的旅游市场化开发经营;效益最大化的旅游开发经营离不开正确的旅游产业发展的宏观决

策。在这两者之间,需要一座桥梁纽带,将两者有机地结合起来。这就是本书所要探讨的旅游发展战略规划。这种兼顾两者的规划,一方面,要为政府宏观决策整个旅游产业的发展,制定旅游发展的宏观战略和景区景点的总体布局、发展导向;另一方面,要面对市场,为企业景区景点的开发经营制定规划。

(四) 旅游发展战略规划的核心

经济全球化和区域经济一体化促使区域旅游经济一体化,在这一宏观背景下,区域旅游产业表现为三个特点:一是“变”,旅游业的发展形式已不再是静态的资源依赖型,而是随时变化、且变化多端的,旅游业的发展受多种不定因素的影响;二是“大”,旅游业的发展不再是小区域的单打独斗,而是走向区域联合;三是“局部影响整体”,区域旅游靠关键的旅游景区景点支撑,这些关键景区景点的成败将影响区域旅游整体形象,区域旅游产业的局部影响整体。

基于上述的分析思考,《新疆四地州旅游发展战略规划》正是围绕这三个特点而展开的,在项目规划过程中,经过多次探索,不断调整,摆脱了传统的旅游发展总体规划模式,逐步发展形成了一

套新的旅游发展规划思想和模式。

首先,针对“变”这一特点,我们认为旅游规划不可能部分层面地包揽全局、以不变应万变,而应在宏观战略层面制定出以相对稳定、长远发展为既定方向的战略思路,以“不变”应“万变”,以“不变的战略”应“变化的环境”,这里的“不变的”不是决定的,而是有一定的弹性的,即弹性战略,这个层面主要是针对政府的,便于政府宏观把握;其次,针对“大”这一特点,我们的策略是以“大区域旅游”来应对,这个层面往往是跨行政区域,强调的是旅游强势资源的差异化组合;最后,针对市场操作层面的“局部影响整体”这一特点,我们采取旅游主题规划的形式,发掘规划区域中最具有代表性的旅游主题系列,每一旅游主题下都有一条规划链,就是旅游资源——旅游市场——旅游项目——旅游形象——运营管理这条链。除此以外我们还针对重点景区景点,制定了规划建设导引,这一层面主要是针对市场操作,方便旅游企业选择合适的旅游主题进行介入,或直接进行某一景区景点的深度开发。

三个层面的背景,三个特点,三项对策,这些正是我们所提出的旅游发展战略规划研究与实践的核心,也是本书理论与案例实践的核心所在(图 1.1.1)。

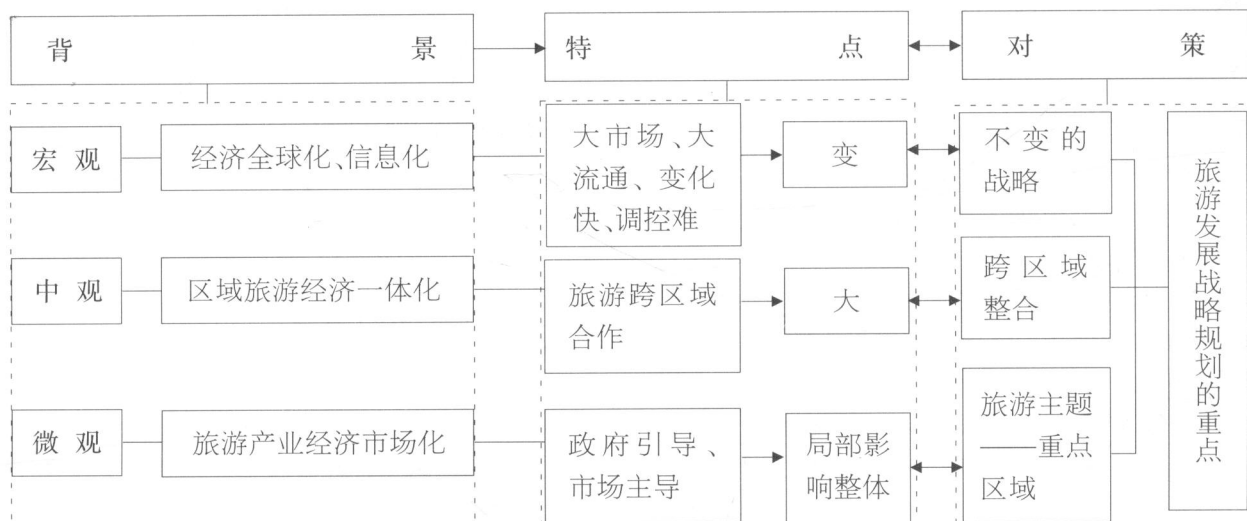


图 1.1.1 旅游发展战略规划理论与案例实践的背景与核心

二 旅游发展战略研究的演变

(一) 旅游发展战略研究的回归

战略研究一直是各个学科、各项问题、各种发展所共同面对的关键课题。对于旅游界,它是关系到中远期旅游发展条件准备、资源配置、动力设计、制度规定等战略问题以及实现客观、准确的目标和创造协调、永续发展过程的必然要求。战略研究在我国历史文献上不乏经典案例,与之相应的战术研究也非常丰富。20世纪80年代改革开放后,经济、社会、环境、人口等国民经济重大问题面临崭新的发展格局,战略问题研究成为80年代研究的一个重点,这个阶段以战略学、决策学、运筹学、计划学和系统动力学等为平台并迅速成为战略问题研究的重要手段,人们研究战略问题,思考战略环境,探讨战略趋势。与之相对应,我国旅游研究呈现出三个阶段特征:20世纪80年代的“条件(国际经济大循环)——走势——战略”研究;90年代的“问题——原因——对策”研究和90年代后期逐步开展的“因子——过程——机理”的系统研究;而且这一研究态势一直延续到今天,并逐渐成为旅游研究的主流格局。

理论研究总是与实践发展阶段紧密联系在一起,在经历了20世纪八九十年代的发展后,目前我国旅游业已步入了产业结构大调整和产业升级以及观光旅游向休闲度假旅游转化转型时期,大多数发展于20世纪80和90年代的景区都进入了生命周期的调整期。在这样一个转化转型时期,众多地区的旅游发展出现目标不清、性质不明、时空无序的势头,因而再次困扰着许多地区的发展。相应地,在深化机理研究的同时旅游研究也暴露出一个关键问题,逐步深化的过程与机理研究更进一步激起了可持续旅游发展的战术研究,使过程、机理研究替代了战略研究,使战术缺失了战略目标,战略没有了对战术的指导意义。战略研究到底要解决什么问题显得模糊不清,什么战略需要什么战术体系等一系列问题成为困扰新时期旅游发展研究的重要问题。

在进入21世纪国民经济“十五”发展过程中战略问题研究的缺失不仅仅是旅游研究中存在的问题,可以说是各个行业和领域共同存在的一个薄弱环节。旅游战略问题研究的缺失可以从旅游学界代表性刊物“旅游学刊”发表的研究成果得出结论。虽然旅游学刊设置了“旅游发展战略”的专栏,但在2000—2004年发表的论文中,能够列入战略研究的不超过8篇,仅占研究成果的8%,主

要集中在旅游业与区域经济体体系的关系的研究、“国家风景名胜资源上市的国家利益权衡”、“旅游生态环境系统”的研究等。大多数成果集中在经济管理、企业管理、形象塑造、质量管理、区域旅游、旅游文化和旅游方法论等方面的战术问题研究。

因此,从现阶段出现的理论问题和实践过程来看,旅游战略问题研究的回归成为一个学科突破与创新发展的关键。

(二) 旅游发展战略规划与不同层面规划的关联

旅游战略规划不是空想,而是对未来不确定因素在众多限制条件下的深度思考和研究,其目的是由远而近,预测发展的方向、大格局,以确定“今天”的发展方向,降低“明天”发展的不确定性。旅游战略规划与旅游各个层面的规划一起构成完整的旅游规划体系,包括旅游发展规划、旅游区总体规划、旅游区控制性详细规划、旅游区修建性详细规划、旅游景点设计(表1.1.1 旅游发展战略规划与不同层面规划的关联)。表1.1.1尚不能完全表达旅游战略规划的内涵。不同于传统的规划概念,旅游战略规划不仅仅是各个层级规划的最高层面规划,不是总体规划的“纲要”,这种战略规划中的“战略”还贯穿于各个层级规划。因此,覆盖发展、总体、控规、修详乃至设计,旅游战略规划所要考虑的问题是多层面的,既要考虑宏观方向,更要考虑那些牵一动百、影响和决定“整体”的“局部”。

从实践方面来看,旅游战略规划可以划分为政府应用、企业应用两大应用领域。在政府应用方面,战略研究对应于旅游发展战略规划与跨区域的旅游战略整合规划;在企业应用方面,战略研究对应于企业战略制定和实施。

三 旅游发展战略研究的创新

长期以来,旅游战略规划都是建立在资源利用战略基础之上的。资源发展战略往往是经济发展初期缺乏资本原始积累,通过资源禀赋特征确定的资源优势而发展的经济模式,它的优点在于资源经济往往具有直接成本低、机会风险小的特点;它的缺点就是建立在资源基础上的“地域转换开发模式”开发的产品仅仅完成了市场经济供需体系中的供给问题,将问题局限在“我有什么”的逻辑论断上,而缺乏必要的市场基础,缺乏针对市场需求体系的细分产品。正是在这样的背景下不同学科的研究者开始反对资源模式,将资源战略称之为“资源规划”,而相对地由不同旅游研究群体提出了“经济规划”、“市场规划”以及“企业规划”的不同导向的规划范