

# 旅游


张述林 主编

# 项目策划

# 理论

# 与

# 实践

 重庆出版社

# 旅游 项目策划

张述林 主编

 重庆出版社

理论  
与  
实践

图书在版编目(CIP)数据

旅游项目策划:理论与实践/张述林主编. —重庆:  
重庆出版社, 2004

ISBN 7-5366-6790-6

I. 旅游... II. 张... III. 旅游市场—市场营销学  
IV. F590.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 010912 号

▲ 旅游项目策划:理论与实践

张述林 主编

---

责任编辑 曾海龙  
封面设计 徐赞兴  
技术设计 聂丹英

---

重庆出版社出版、发行  
(重庆长江二路205号)  
新华书店经销  
四川外语学院印刷厂印刷

---

开本 850×1168 1/32 印张 9.875  
字数 234 千 插页 3  
2004 年 8 月第 1 版  
2004 年 8 月第 1 版第 1 次印刷  
印数 1—1 130

---

ISBN 7-5366-6790-6/F·330  
定价:18.00 元



作者近照

## 作者简介

张述林,男,1957年7月生。1982年2月毕业于西南师范学院地理学并留校任教;1984年4月调入重庆师范学院地理系任教;1997年9月任重庆师范学院科研处副处长,1999年任处长并被评为研究员。现为重庆旅游学院旅游规划与开发方向硕士生导师,重庆师范大学校级重点学科“人文地理学”学术骨干,区域旅游开发方向学术带头人,重庆市地理学会常务理事,重庆市地理学会旅游地理专业委员会主任,重庆市首届学术技术带头人后备人选,重庆市“十一五”规划咨询委员会成员,中国地理学会会员,中国区域科学学会会员,中国旅游协会区域旅游开发专业委员会理事。主要从事文化地理与旅游规划、经济地理与旅游开发方面的研究。截至2004年5月,共完成各类科研课题55项,其中主持完成35项;撰写论译文85篇,其中独立完成73篇;编写著作或教材21部,其中主编(包括第二主编)5部;获得重庆市社会科学优秀科研成果4项,其中三等奖3项,一等奖1项。主要的代表成果:《风景地理学原理》等专著;《旅游选择论》、《重庆在西部开发中的“大旅游观”》等论文;及《重庆市生态旅游发展研究》、《重庆市旅游发展战略研究》、《长江三峡巫山——奉节——巫溪“金三角”旅游发展规划》等课题。

# 序

春暖花开,万物新生时节,述林同志的又一部力作《旅游项目策划:理论与实践》迎拂着春风,沐浴着和煦的阳光诞生了。看着书案上的初稿,脑中蓦然浮现出一个常年兢兢业业走在区县乡间小道上的旅游规划专家的身影,他就是张述林同志。

张述林研究员是重庆师范大学旅游和地理专业的教师,也是硕士研究生导师,并任学校科研处处长。作为一名高校教师,他治学严谨,以身垂范,为社会培养了大批人才,作为一名科研人员;他一直参与重庆市及各区(县、镇)、各旅游景区(点)的旅游调查、规划、策划和指导工作,足迹踏遍了巴渝的山山水水,为重庆市区域经济发展,特别是旅游产业的发展做出了应有的贡献。实践丰富了理论,近10年来,述林同志在指导近100余个规划实践和旅游项目可行性研究中,积累了大量的旅游规划实践经验,丰富了旅游地理理论。这本20多万字的著作,是述林同志在旅游项目策划方面的思想和实践的结晶。实践是检验真理的惟一标准,也是理论继续存在的前提。述林同志就是一个孜孜不倦地将理论置于实践的持续检验之中,在实践中提高理论、丰富理论的开拓者。

《旅游项目策划:理论与实践》一书既体现了理论联系实际的经验,又展示了创新的思维。该书的突出特色有二:

突出特色之一是创新。创新是社会发展的动力,代表了先

进文化前进的方向。该作的创新主要表现在以下三个方面：首先是对旅游项目的创造。如何从无到有的初始阶段策划，创造旅游项目。旅游项目策划是特殊产业的项目策划，当前国内外出版的、含有旅游项目策划内容的著作，可以分为综合类、后期实施类、理论类，都没有初期制作类，没有认真回答如何创造旅游项目。该作第一次在前人关于旅游项目的研究及国内外旅游发展状况的基础上，对这个问题作了较为深入的研究，构建了旅游项目类型体系。第二，它在分析旅游项目策划与旅游规划关系的基础上，结合区域旅游规划基本模式，构建了旅游项目策划的基本模式。第三，提出了“文化是旅游项目策划的精髓”的重要理念，揭示了旅游规划、旅游项目策划的实质，创新并丰富了旅游文化挖掘的内容与途径。总之，本研究不仅会大大丰富和发展旅游规划的研究内容，而且将为具体的旅游项目策划实践提供工具和手段支持。

突出特色之二是理论与实践结合。这本书是研究成果，也是一部教材。不唯理论，理论应经受实践检验，这是该书采用的研究方法和遵循的研究途径，同时也符合目前人才教育的改革方向。主要表现在：首先是对理论作具体的实证分析，有助于对理论的理解，便于在实践中操作，对旅游规划和旅游项目策划也有现实指导价值，对其他领域的项目策划也有参考价值。第二，对实践作了理论型的探讨。向旅游项目策划者展示了理论指导下的旅游项目策划的一般工作步骤及其操作模式，有助于指导旅游项目策划的具体实践工作。第三，在教材建设方面丰富和发展了旅游管理专业教材，特别是在理论结合实际的教材建设方面作了一种有益的尝试。该书既是培养高等技术型专门人才的教科书，在实践指导和科学普及方面又是管理技术干部和青年学生有价值的参考书。

任何理论都需要在实践中不断检验、创新、发展。幼苗只要

能经风雨就能见世面,《旅游项目策划:理论与实践》这株幼苗一定能在实践的炉火中不断纯青。

艾南山(四川大学建筑与环境学院博士生导师)

2004年2月于川大





# 前 言

新世纪的中国旅游业进入了一个前所未有的发展时代,正在从新的经济增长点向新的支柱产业迈进。近年来兴起的旅游业,给区域经济发展带来了活力。大力开发旅游资源,进行旅游规划是旅游业发展的基础工作,而旅游规划的核心就是旅游项目策划。激烈的旅游市场竞争,就是旅游产品的竞争,任何一种旅游产品都是一定旅游项目建设的结果。市场经济时代的旅游规划,不仅需要科学技术,更需要有创意的旅游产品设计,需要具有独特创意的旅游项目策划。旅游项目策划是旅游得以生存和发展的基础,具有市场竞争力的旅游目的地,需要策划一大批富有创意的旅游项目作支撑。随着知识经济的发展,旅游项目策划将作为高层次的智力产业,发挥其他学科无法超越的作用。

旅游项目策划是一个系统工程。《旅游项目策划:理论与实践》一书运用系统科学的理论与方法,结合国内外研究成果,利用重庆市旅游项目开发工作丰富的实例,探讨旅游项目策划的理论、方法和程序。全书分三部分:第一部分介绍了旅游项目策划的概念;论述了旅游项目策划的实质是挖掘旅游资源的文化内涵;从发展目标、基本分析、三大构思板块和支撑系统出发,结合旅游规划和项目策划实践案例,详细介绍了旅游项目策划的内容、策划程序和方法。第二部分从重庆旅游项目策划实践出发,进行了旅游项目策划内容案例分析、程序案例分析;通过文

化创意、生态创意、文化和生态整合创意等三个方面介绍了旅游项目策划创意方法。第三部分从旅游的形象、产品、项目等三个方面组成策划链,对旅游项目策划进行深一步的探索以期能逐步形成“整合策划”或“大概念策划”的初步构架和概念框架。

本书不仅是适合大专院校旅游管理、经济开发、区域规划、地理、城市与环境保护专业的教材或参考教材,也适合从事旅游经营、策划、设计研究的各级旅游管理部门、旅游业、旅游相关部门人士使用,对广大管理技术干部和青年学生也是一本有价值的参考书。

蔡书良

2004年2月于四公里

# 目 录

序.....	艾南山(1)
前言.....	蔡书良(1)

## 理 论 篇

第一章 旅游项目策划概述.....	(3)
第一节 项目与旅游项目.....	(3)
第二节 旅游项目策划概述.....	(11)
第三节 旅游项目策划研究的发展.....	(27)
第二章 旅游项目策划的内涵.....	(37)
第一节 文化挖掘是旅游项目策划的精髓.....	(37)
第二节 旅游项目主题来源于文脉.....	(46)
第三节 自然旅游资源的文化发掘.....	(54)
第四节 人文旅游资源的文化发掘.....	(66)
第五节 旅游文化研究是旅游项目策划的基础.....	(77)
第三章 旅游项目策划的内容.....	(88)
第一节 明确一个发展目标.....	(89)
第二节 进行两个基本分析.....	(95)
第三节 完成三大构思板块.....	(102)
第四节 进行四项模拟分析.....	(105)

第五节 构建一个支撑系统·····	(116)
第四章 旅游项目策划的程序和方法·····	(140)
第一节 研究现状·····	(140)
第二节 旅游项目策划程序·····	(153)
第三节 旅游项目策划的方法·····	(161)

## 实 践 篇

第五章 旅游项目策划案例分析·····	(169)
第一节 旅游项目策划内容分析·····	(169)
第二节 旅游项目策划程序研究·····	(187)
第三节 区域旅游规划中的规划简述·····	(208)
第六章 旅游项目文化与生态整合创意·····	(230)
第一节 文化创意·····	(230)
第二节 生态创意·····	(236)
第三节 文化与生态整合创意·····	(242)

## 探 索 篇

第七章 旅游形象和产品·····	(251)
第一节 设计旅游形象·····	(251)
第二节 开发旅游产品·····	(276)
第八章 旅游项目策划探索·····	(286)
第一节 重点旅游项目策划·····	(286)
第二节 特色旅游项目策划·····	(289)
参考文献·····	(298)
后记·····	(304)

# 理论篇

---

第一章 旅游项目策划概述

第二章 旅游项目策划的内涵

第三章 旅游项目策划的内容

第四章 旅游项目策划的程序和方法



## 第一节 项目与旅游项目

### 一、项目及其特点

#### (一)项目的概念

项目(item)一词,是一个极其普遍和广泛使用的概念。现实生活中的各个领域,都可以使用“项目”一词来表达某一特定的事物。不同领域,不同场合,项目可以有不同的含义。对于什么是项目,目前理论界还没有一种统一的认识,存在多种解释:

“项目指事物分成的门类”或“事物分成的条目。”

“项目指在规定的期限内,为完成某项开发目标(或一组开发目标)而规划的投资、政策、机构以及其他方面的综合体。”(见参考文献[5],以后只注序号)

“项目是要在一定的时间里,在预算范围内需达到预定质量水平的一项一次性任务。”<sup>[6]</sup>

“项目的一般概念,是指在一定的时间内,按预算规定的范围,达到预定质量目标的一项一次性任务。”<sup>[60]</sup>

“项目就是以一套独特的、相互联系的任务为前提,有效地利用资源,为实现一个特定的目标所做的努力。它有一个在工作范围、进度计划和成本方面都有明确界定的目标。”<sup>[59]</sup>

“项目是一种一次性的工作,它应当在规定的时间内,由为此专门组织起来的人员来完成;它有一个明确的预期目标;还要

有明确的可利用的资源范围,它需要运用多种学科的知识来解决问题,没有或很少有以往的经验可以借鉴。”<sup>[57]</sup>

综上所述,项目的概念包括以下几种含义:

第一,项目是一系列的工作而不是产品,没有不经过一系列工作就能完成的项目。

第二,任何项目的完成就产生一定产品,没有哪一个项目完成后没有产品。

第三,项目实施是一个过程,任何项目的实施都需要时间,要经过一定的时间过程才能完成。

第四,任何项目的实施都需要一定的条件,如资金、人力、物力、时间、资源等等。

项目在社会经济活动中十分重要。首先,从社会经济活动的角度来看,项目是经济活动的基础,所有的产品(无论是实物产品还是无形产品)都是不同的企业通过策划和开发项目实现的。项目是社会经济的组成单元,一个国家的经济正是由各个环节上的千千万万个项目所组成。项目是区域经济的增长点,任何区域的经济增长,一是原有项目的内涵增长,二是区域增加了项目的外延式增长。第二,项目的重要性还表现在它是资源配置的根本。企业开发一个项目,使市场机会与自己拥有的资源相匹配,内部资源重新配置,向社会提供新产品。区域发展中开发一个新项目,区域的人力资源、物力资源、财力资源、信息资源、科技资源都会产生新的配置机会,通过流动,产生新的配置。第三,有效的项目开发将使广大消费者受益,也将使社会资源得到合理的利用。众多的项目若能开发成功,将使国家经济得以良性发展。反之,如果许多企业的项目失败,不仅将使企业本身的生存和发展遭受巨大的损失,而且还会使整个社会经济受到影响。



## (二)项目的共性

尽管人们目前对项目的理解存在一些差异,笔者认为,不管哪一个领域、哪一种场合的项目都必须具备三个共性特征,即项目的一次性、项目有明确的目标、项目作为管理对象的整体性等特征。

### 1. 明确的目标

任何项目最终都要实现一定的目标,其结果可能是一种期望的产品,也可能是一种所希望得到的服务。项目的目标一旦确定,一般不能轻易修改和变动。一旦项目的目标发生了实质性变化,它就不再是原来的项目了,随之产生的将是一个新的项目。

### 2. 一次性的任务

每一项目都是一项一次性的任务,这是项目与其他重复性工作任务的最大区别。项目有明确的起点和终点,常常没有完全可以照搬的先例,将来也不会再有完全相同的重复。因此,项目大多带有某种创新和创业的性质。

### 3. 项目的整体性

任何项目都是一个综合性的整体。第一,项目是一个系统工程,是一定条件的组合。第二,项目对资源的依赖性,项目需要运用各种资源才能完成任务。这里的资源是广义的资源,它包括不同的人力、科学技术、资金、时间、信息、组织、设备、原材料、工具等资源。一般认为世界上主要有五类资源:人力资源、物质资源、财力资源、信息资源、科技资源。

## 二、旅游项目及其特点

### (一)旅游项目

旅游项目是随着旅游业的发展而出现的一种项目类型。关于旅游项目的含义,目前比较有代表性的解释如下: