



普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

旅游规划与开发

许韶立 主编 《

✓ 突出实用性和可操作性，注重理论与实践相结合，把理论体现于“实战”规划之中。

✓ 系统性较强，不仅有理论基础作支撑，还有规划开发的基本内容，对产品开发、区域宏观布局、项目设置、市场营销、保障体系、实施措施等方面都进行了详尽的论述。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



配电子课件

普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

旅游规划与开发

主 编 许韶立

副主编 鲍春裕 连建功

参 编 张宏乔 王迎涛

孙淑英 翁月艳

机械工业出版社

本书从旅游规划的前期准备到实际操作,再到后期追踪,全面系统地介绍了旅游规划各个环节的相关内容,并配有典型案例分析。本书突出实用性和可操作性,注重理论与实践相结合,强调对学生实践能力的培养。

本书可作为应用型本科、高职高专、成人教育院校旅游管理及相关专业的教材,也可作为旅游从业人员的参考书。

为方便教学,本书配备电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com,或致电 010-88379375 联系营销人员。

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划与开发/许韶立主编. —北京:机械工业出版社,2011.11
普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材
ISBN 978-7-111-34792-7

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第227329号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:徐春涛 责任编辑:徐春涛 孟 铮

封面设计:鞠 杨 责任印制:杨 曦

北京四季青印刷厂印刷(三河市杨庄镇环伟装订厂装订)

2012年1月第1版第1次印刷

184mm×260mm·12.5印张·306千字

0 001—3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-34792-7

定价:25.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
电话服务 网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着我国旅游业的快速发展，旅游开发建设及其规划也迅速发展起来。虽然旅游规划的理论研究滞后于旅游规划与建设实践，但近年来出现了可喜的情况，出现了一批有关旅游规划的研究成果，旅游规划越来越重视理论水平的提高和理论与实践的紧密结合。

目前，我国旅游规划人才相对匮乏，旅游资源的科学开发对规划人才又提出了较高要求，而全国各地旅游规划人才还跟不上现实的需要，无论是教育界，还是理论界和学术界，都需要尽快培养一批旅游规划人才，这也是本书写作的主要原因之一。

本书最大的特点是突出实用性和可操作性，注重理论与实践相结合，把理论体现于“实战”规划之中。也可以说，本书并不是关在书斋中写出来的，而是由一批多年从事旅游规划和教学的人员在进行大量的实地规划、考察的基础上写出来的，是理论与实践相结合的产物。

本书系统性较强，不仅有理论基础作支撑，还有规划开发的基本内容，对产品开发、区域宏观布局、项目设置、市场营销、保障体系、实施措施等方面都进行了详尽的论述。本书从旅游规划的前期准备到实际操作，再到后期追踪，全面系统地进行了理论提升与总结，并配有典型案例分析。对如何确定旅游发展的战略目标和宏观布局，如何定位旅游形象主题，如何确定旅游宣传口号、市场定位、开发序列、开发原则等，都提出了一些建设性意见。

本书由河南省社会科学院许韶立研究员担任主编，负责全书的总体构思及统稿工作。具体编写分工如下：张宏乔编写第一章、第二章（第二、三节），王迎涛编写第三章、第六章（第一、二节），孙淑英编写第四章、第七章，鲍春裕编写第五章、第六章（第三节），连建功编写第二章（第一节）、第八章，许韶立、翁月艳编写第九章。

本书在编写过程中参考了有关旅游规划方面的著述和文献，在此谨向有关作者表示敬意和感谢。由于编者水平有限，书中难免有不够完善之处，衷心希望大家在使用过程中多多提出宝贵意见，以便本书再版时予以纠正。

编 者

目 录

前言

第一章 概述	1
第一节 旅游规划与开发的概念体系	1
第二节 旅游规划的类型	6
第三节 旅游规划的主要内容和成果形式	9
第四节 国内外旅游规划的发展历程与展望	12
本章小结	18
思考题	18
第二章 旅游规划编制的理论、方法与程序	19
第一节 旅游规划编制的理论基础	19
第二节 旅游规划编制的技术方法	28
第三节 旅游规划编制的程序	37
本章小结	39
思考题	40
第三章 旅游规划的基础调查、分析与评价	41
第一节 旅游资源及其分类	41
第二节 旅游资源调查与评价	45
第三节 旅游市场调查、分析与预测	58
本章小结	65
思考题	66
第四章 旅游产品、项目开发和空间布局规划	69
第一节 旅游产品体系及其开发	69
第二节 旅游项目创意设计	75
第三节 旅游地空间布局与功能分区	80
第四节 旅游线路设计	86
本章小结	90
思考题	90
第五章 旅游形象建设	92
第一节 旅游形象分析	92
第二节 旅游形象定位的原则和方法	97
第三节 旅游形象营销推广策略	104

本章小结.....	108
思考题.....	108
第六章 旅游市场营销规划.....	110
第一节 旅游市场营销规划概述.....	110
第二节 旅游市场细分及目标市场选择.....	113
第三节 旅游市场营销的策略.....	118
本章小结.....	123
思考题.....	123
第七章 旅游保障体系规划.....	125
第一节 旅游基础设施保障体系规划.....	125
第二节 旅游管理保障体系规划.....	131
第三节 旅游政策法规保障体系规划.....	136
本章小结.....	141
思考题.....	141
第八章 旅游规划的实施与修编.....	143
第一节 旅游规划的实施管理及监管.....	143
第二节 旅游规划实施过程中的关键问题.....	150
第三节 旅游规划的修编.....	154
本章小结.....	158
思考题.....	159
第九章 旅游规划典型案例——安徽省淮北市龙脊山旅游区总体规划.....	160
本章小结.....	191
思考题.....	191
参考文献.....	192

第一章

概述



学习目标

1. 了解旅游规划的常见类型。
2. 了解国内外旅游规划与开发的发展历程。
3. 熟悉旅游规划的主要内容和成果形式。
4. 掌握旅游规划、旅游开发的内涵以及旅游规划与开发之间的关系。

第一节 旅游规划与开发的概念体系

一、规划

《现代汉语词典》中对于规划有两种解释：一是做名词用，指比较全面的长远的发展计划；二是做动词用，指筹划、计划，做出比较全面的长远的发展计划的过程。这里侧重于作为动词的“规划”，可以把规划理解为：为了实现一定的目标，对未来整体性、长期性、基本性问题，进行思考、谋划和设计未来行动方案的过程。

规划的类型很多，包括社会经济发展规划、城乡规划、农业规划和旅游规划等。以城乡规划为例，又包括了城镇体系规划、城市规划、镇规划、乡规划和村庄规划多种类型。通过规划，可以使得资源、能源的利用更为节约和环保，可以改善地方的生态环境，可以保护和延续地方特色和民俗风貌，可以防止卫生、安全等问题的出现，从整体上促进社会的全面、协调、可持续发展。

二、旅游规划

1. 旅游规划的内涵

旅游是人们为了休闲、商务或其他的目的，离开长住地出行他地的活动，涉及食、住、行、游、购、娱六个要素。这六个要素与社会的方方面面产生联系：有的产业为旅游业提

供原材料,如农业为旅游业提供蔬菜、水果;有的产业与旅游业共用某些技术、共享某些服务,如交通部门、餐饮业、住宿业等;有的产业为旅游业提供信息、技术、资本等方面的支持,如邮电通信业、金融业等。在依赖其他产业而发展的同时,旅游业也由于使用了其他产业的产品和服务而带动了其他产业的发展。因此,旅游业对其他产业既有极大的依赖性,又有极强的带动性。旅游业自身的这种特点,使得旅游规划在规划对象、特点等方面不同于其他类型的规划。

关于什么是旅游规划,国内外很多学者提出了各自不同的观点:

英国学者墨菲(Murphy, 1985)将旅游规划定义为“预测和调节系统内的变化,以促进有序开发,从而扩大开发过程中的社会、经济与环境效益”。

加拿大学者盖茨(Getz, 1987)将旅游规划定义为“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”。

李永文(1997)认为,旅游规划是“区域规划的一种,是指在一定范围地域上对旅游区建设和发展进行的总体部署,是在旅游区划的基础上进行的”。

肖星(2000)认为,旅游规划是“对旅游业及相关行业未来发展的设想和策划。其目标是尽可能合理而有效地分配与利用一切旅游资源以及旅游接待能力、交通运输能力、社会可能向旅游业提供的人力、物力和财力,以使旅游者完美地实现其旅游目的,从而获得发展旅游业的经济效益、社会效益和环境效益”。

马勇(2006)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”。

从以上这些定义可以看出,旅游规划的对象是与旅游直接或间接相关的多个要素相互联系、相互制约而形成的具有特定的结构和功能的旅游系统。旅游系统,由旅游者、旅游地和旅游企事业单位三个要素构成。旅游者产生旅游动机,旅游目的地构成旅游吸引力,旅游企事业单位要素将二者关联起来。三个要素之间构成为有机的结构整体。旅游系统内部要素的结构整合与功能协同,是事关旅游系统的生存与发展的首要内因。激烈的市场竞争要求旅游规划不仅要局部发展实施规划,还要对旅游系统整体做出规划。同时,由于受客观条件和认识水平的制约,绝大部分旅游目的地均远未达到它所可能达到的理想状态。在变幻莫测的竞争条件下,它们均可能出现不同程度的内部稳态失调,如旅游容量超载问题对旅游业发展的制约、破坏作用。为了规避发展风险,必须对旅游系统内各种因素的随机性关系进行引导、修正、规范、调节,使旅游系统在运行、发展的同时,仍保持内部结构的稳定性和对外部环境的适应性。

因此,旅游规划的目标是使旅游系统良性地、稳定地发展,达到人们想要达到的某种状态。要想达到这种状态,必须要了解事物当前的状态以及它的发展规律,然后才能安排实施的步骤,逐渐减少当前状态和想要达到的状态之间的差距,从而实现目标。因而,对于旅游规划工作而言,要想实现这个目标,意味着要对旅游系统的现状和发展规律进行分析研究,才能进行具体的安排。从这个角度,可以把旅游规划界定为:为了达到旅游系统的某一目标,在对旅游系统发展现状进行调查、分析的基础之上,结合社会环境状况以及旅游系统自身的发展规律而进行构思、设计并实施的动态过程。

从这个定义可以看出,旅游规划不仅仅是构思并将思路落实于文字的过程,它还包括

调查、分析等多个环节。

2. 旅游规划的任务

旅游规划是旅游资源优化配置与旅游系统良性发展的筹划过程，它应该能引导和控制旅游系统的发展，规避风险，确保旅游系统稳定地、可持续地发展。具体来讲，旅游规划包括以下几方面的任务：

(1) 合理配置旅游资源 以资源为基础，以市场为导向，以经济、社会、环境效益为目的，是旅游规划中需要遵循的基本原则。旅游资源及相关资源，必须在市场条件下进行合理的配置与利用，才能获得效益。没有市场需求基础，就无法取得市场的成功。但是，在关注市场的同时，也要考虑到资源的永续利用，在关注经济效益的同时，也要考虑到社会、环境效益。为此，旅游规划必须综合运用多学科知识和技术方法，通过资源评价、区位分析、市场调查、发展预测、资源保护等一系列扎实的工作，科学合理地确定资源与市场的结合点。

(2) 提升旅游“产品”质量 旅游者之所以愿意在旅游上花费时间和资金，为的是获取满意的旅游经历。这种旅游经历可以说就是旅游地提供给旅游者的“产品”。目前，我国旅游“产品”质量还较低，旅游者花费了时间和资金，却没有获得与之相符的旅游经历。如何通过项目创意与策划、娱乐体系规划、旅游线路组织规划、接待体系规划、形象与营销策划等环节，为旅游者提供满意的旅游经历，是旅游规划中应该考虑的事情。

(3) 协调相关部门的工作 旅游业的发展需要多个不同部门的相互协作。例如，旅游景区的建设涉及土地利用的调整、旅游交通的安排、公共服务设施的安排等工作，这与土地、交通、城建等不同部门之间都有或多或少的联系。旅游规划的一项重要任务就是根据旅游发展的需要，合理协调、调动社会经济系统中的不同部门，强化不同部门之间的协同关系，以便更好地为旅游系统的发展服务。

(4) 保障旅游可持续发展 通过旅游容量控制与旅游流调节、环境保护规划、历史文化保护规划、安全防灾与保险等诸多方面的合理安排，旅游规划可以起到维护生态环境秩序、社会文化秩序和竞争秩序，改善旅游系统功能，为旅游系统可持续发展提供动力的作用。

3. 旅游规划的特点

从以上对于旅游规划的内涵和任务的分析中可以看出，旅游规划具备以下特点：

(1) 综合性 旅游活动的开展涉及社会、经济、政治、文化、环境等多个方面，每个方面又由低一级的多个要素所组成。这些众多的要素不仅构成复杂，而且彼此之间相互关联、相互制约。因此，编制旅游规划时必须全面地、系统地对这些要素进行考虑，协调好不同部分之间的关系。

(2) 地域性 不同区域在自然环境（地质、地貌、水文、植被、气候、气象等）、社会文化环境（宗教信仰、民族构成、风俗习惯等）和经济发展（国民收入水平、可支配收入、产业构成等）等方面具有不同特点。以我国为例，从北方到南方，气候、植被、地貌、风俗习惯等各方面发生着较大的变化。地域性使得旅游资源具有浓厚的地方特色，对旅游者产生不同的吸引力，这也正是一个区域吸引异地人们前来游玩的主要原因。

由于旅游规划对象的地域性，旅游规划需要致力于找出当地最具特色的资源，旅游产品的开发、旅游形象的确立等环节也都要立足当地，体现地方特色。

(3) 动态性 旅游规划既要体现资源特色，又要符合市场需求。然而，一方面，旅

旅游资源的价值会随着自身特征的改变或者新资源的出现等原因而不断变化,如由于保护不力,壁画逐渐褪色,导致其观赏性和文化价值大大降低;另一方面,市场需求也是经常变化的,随着人们审美观念的改变、旅游意识的逐渐成熟,旅游产品对他们的吸引力可能逐渐增长或消退。

无论是旅游资源价值的变化,还是市场需求的变化,都要求旅游规划是一个动态的过程,即旅游规划要有长远的战略眼光,及时地根据旅游系统各要素以及周边环境的变化进行调整,不能在较长的时期内一成不变。

旅游规划的动态性还使得旅游规划的修编成为一种必要。

(4) 层次性 旅游规划具有层次结构性。例如,从地域范围上看,旅游规划由大到小包括全国旅游规划、跨省区的区域旅游规划、省市旅游规划、区县旅游规划和旅游景区(点)规划。这些不同层次上的旅游规划相互联系,同时相互制约,高一级的旅游规划对低一级的旅游规划有约束作用,低一级规划的制订要与高一规划相协调。

4. 旅游规划与其他规划之间的关系

(1) 旅游规划与国民经济和社会发展规划的关系 国民经济和社会发展规划是一个国家或者某一地区关于经济、社会发展的指导性文件,它站在全局的高度,统筹安排全国或某一地区的经济、社会、文化等方面的建设工作,内容更全面,涉及的时间往往较长,旅游规划的编制一般都要符合当地经济和社会发展规划的要求。

(2) 旅游规划与城市规划的关系 城市规划是对特定地域的各项建设进行综合部署,是特定地域的综合性规划。城市规划在实施过程中受到法律保护,具有权威性。它在很大程度上影响着城市的旅游环境以及基础设施、服务设施的状况。

而旅游规划的对象是由旅游要素组成的旅游系统,可以看作是按产业部门或行业而进行的规划,与交通规划、水利规划等同属于专业规划。

因此,旅游规划的编制要依托城市规划的内容,符合城市规划的各项要求。但这并不意味着城市规划具有决定作用。无论是城市规划,还是旅游规划,其目的都是为了区域的更好发展。因此,为了更好地发展旅游,在不违反相关规定的前提下,旅游规划可以对城市规划进行必要的补充。

旅游规划与城市规划应该是相互协调的互动关系。

(3) 旅游规划与风景园林规划(设计)的关系 风景园林规划(设计)指运用各种造景手段与造景元素,对各种人工要素和自然要素进行整体考虑和设计,创造出宜人环境的过程。可以看出,它与旅游规划在规划范围、规划目的上都有很大不同。

5. 旅游规划的必要性

旅游活动是一项涉及面非常广泛、牵涉问题十分复杂的活动,涉及自然、文化、经济等各个领域,任何一个环节的失误都可能导致旅游活动无法顺利开展,进而影响到区域经济的总体发展。有的区域,明明有非常具有优势的旅游资源,却没有与资源相匹配的旅游发展状况;有的区域,经过一定时期的快速发展后旅游者数量逐渐下降,步入缓慢发展甚至衰落的境地;有的区域,旅游活动开展得红红火火,经济发展迅速,但环境问题却逐渐凸现;有些区域,政府、开发商、当地居民之间存在严重的利益冲突,甚至严重到影响旅游业顺利开展的程度……

以上问题产生的原因就在于没有确定好区域旅游发展的总体目标，并在这个目标指导下开发旅游产品、开拓旅游市场，并妥善地处理好资源与环境、资源与市场、当地居民和政府、当地居民和开发商等方方面面的关系，旅游活动所涉及的各个要素没有得到均衡的发展。

旅游规划的作用就在于，它从系统全局和整体出发，在调查、分析的基础上，根据旅游系统的发展规律，对一个区域的资源、市场、利益相关者的关系等各个方面进行统筹安排和管理，防止旅游发展过程中可能出现的各种风险，从而保证该区域旅游业的顺利、良性发展。

综上，旅游规划可以确定旅游发展的合理目标，提高旅游资源的吸引力，规避旅游业发展过程中的风险，促进旅游业三大效益的协调发展，推动旅游业可持续发展。因此，对于任何一个有志于促进旅游业健康、良性发展的区域而言，旅游规划都十分必要。

6. 旅游规划的原则

为了使旅游规划能够发挥以上方面的作用，在旅游规划的过程中，一般应遵守以下原则：

(1) 生态保护原则 生态保护原则是指必须本着保护旅游区的生态环境和人文环境的原则进行规划。从长远利益考虑，只有保持良好的旅游生态系统，才能吸引越来越多的旅游者，使地区旅游业兴旺发达，越来越好。

(2) 协调性原则 协调性原则表现在旅游规划过程中，应注意建筑物的体量、造型、风格、色彩等与环境之间相协调；要注意旅游者数量和旅游地容量之间相协调，避免旅游者过多给旅游环境带来的压力；要注意经济效益和社会、环境效益的协调；要注意旅游发展与当地居民生活之间的协调等多个方面。

(3) 科学性原则 旅游规划涉及多方面的研究内容，每个规划者都不可能了解全部学科的知识。因此，一方面要求规划小组中必须配备多学科的专业人才；另一方面要求规划人员必须深入实际，进行周密的调查研究，利用科学的技术和方法，做出符合实际的旅游规划。

三、旅游开发

1. 旅游开发的定义

旅游开发是指通过对旅游资源的挖掘、加工、整理，提升旅游资源对于旅游者的吸引力，满足旅游者的需求，以此来实现旅游资源的经济、社会和生态价值的过程。

旅游资源的经济价值往往被强调得较多，但这并不意味着在开发中可以忽略旅游资源的社会价值和生态价值。

2. 旅游开发的主要工作

旅游开发的主要任务在于尽量提升旅游资源的吸引力，吸引人们前来游玩。因而，旅游开发过程中，需要做好以下方面的工作：

(1) 对旅游资源进行特色挖掘和开发 要找出本地旅游资源的特色所在，并通过具体的包装，使其成为具有吸引力的旅游产品。这是旅游开发工作的根本所在。

(2) 旅游服务设施的配备 旅游活动的顺利开展，不仅需要特色的旅游产品，还需要为前来游览的旅游者提供餐饮、住宿、娱乐、购物的场所，提供便捷的内外外部交通等条件。不然，旅游活动无法进行，旅游资源的价值就无法实现。因此，旅游开发工作中包括食、

住、行、游、购、娱等各项旅游服务设施的配备。

(3) 旅游市场的开拓 旅游者是旅游活动的关键,没有旅游者,再好的旅游产品和旅游服务设施也是闲置。因此,要在市场调查、分析的基础上,找出本地的目标市场。根据目标市场的特点,采取有针对性的市场营销活动,扩大客源,吸引人们前来游览。

在开展旅游开发的各项工作时,要注意以资源为基础、以市场为导向,最大限度地实现经济、社会和生态三个方面的综合效益。

3. 旅游开发中应处理好的关系

旅游区在开发符合市场需求的产品并提供旅游服务的过程中,应该处理好以下两方面的关系:

(1) 利益相关者之间的关系 旅游开发涉及多个利益群体。首先,旅游开发中的许多工作需要当地政府的支持和协调;其次,旅游开发工作的好坏直接影响到开发者的收益;再次,旅游开发工作也会影响到当地居民的生活,在给他们带来工作机会、增加收入的同时,也带来了物价上涨、环境污染等问题。所以,政府、开发者、当地居民等都是旅游开发工作最直接的利益相关者。在旅游开发过程中,要注意处理好多个利益群体之间的关系,尤其是与当地居民的关系,努力做到互惠互利、共同发展。

(2) 旅游资源开发与自然、人文环境保护之间的关系 旅游资源的开发为自然、人文环境的保护带来了资金基础,但旅游开发工作本身也在影响甚至破坏着当地的自然和人文环境,如植被的破坏、环境污染、物价上涨等问题的出现。

良好的自然和人文环境的维护,不仅可以为当地居民提供良好的生活环境,同时也是旅游业发展的基础,保护得当可以更好地促进旅游业的发展。

因此,旅游开发中要注重环境保护工作。当旅游开发与自然、人文环境的保护相矛盾时,要优先考虑环境保护的需要。

四、旅游开发与旅游规划的关系

旅游开发是一个以经济、社会和生态效益的最大化为目的的、具体的实施过程,需要投入大量的人力、物力和财力。旅游规划虽然也涉及具体的调查过程,但更多的是在调查的基础上进行的分析、策划、构思并落实于文字和图件的过程。二者是完全不同的概念。但是,旅游开发应尽可能地依据旅游规划,因为旅游规划通过丰富而详细的论证、分析,提出了一些开发项目和开发步骤,为旅游开发奠定了良好的基础。

可以说,旅游规划和旅游开发是两个相互依附的过程,规划应先于开发,指导开发;而开发则是规划的延续,开发中遇到的具体问题可以引导规划的重新修编。

第二节 旅游规划的类型

从不同的角度,旅游规划可以分为不同的类型。通过对这些不同类型旅游规划的分析,有助于加深我们对旅游规划的认识。

一、从规划内容上分类

1. 旅游综合规划

旅游综合规划是从宏观的、全局的角度,从自然、技术、社会、经济和生态环境等方面评价规划区域的优势和劣势,对规划区域旅游发展的各个环节进行安排,为规划区域提供一个协调合理的旅游综合发展方案。一般会涵括旅游资源的分析与评价、旅游市场分析与营销、旅游产品开发、旅游功能分区、旅游服务设施的配置等多个方面,对各项建设的顺序、规模、进度、期限、发展目标等也会做出明确的规定。

2. 旅游专题规划

旅游专题规划通常是在旅游综合规划的指导下,针对旅游开发中的重要方面和重点环节而制订的规划。它是在充分考虑了与其他规划关系的基础上,对这些重要环节的发展条件、发展现状、发展目标等方面进行分析研究,提出一个详细的、切实可行的发展方案。例如,规划地区的民俗旅游资源非常丰富、独特,那么可以针对该地的民俗旅游资源开发编制一个专题规划。旅游专题规划原则上要服从旅游综合规划,要和其他专题规划相协调。

由于区域环境和旅游资源特性、旅游发展基础等因素的不同,旅游专题规划的数量及其主题是不确定的,通常由规划双方根据具体情况商定。

二、从规划的时期分类

按时期分类,旅游规划通常可以分为短期旅游规划(规划的期限以1~2年为主)、中期旅游规划(规划的期限以3~6年为主)和长期旅游规划(规划的期限以10~25年为主)。

这些不同期限的规划在规划内容、深度等方面也不一样。通常情况下,规划的期限越长,规划涵盖的内容越全面,长期旅游规划往往以发展规划为主。

三、从空间上分类

1. 国际性旅游规划

国际性旅游规划是指国家之间由于旅游合作或竞争的需要而联合制订的旅游规划,内容上侧重于对旅游发展战略的安排,属于大尺度规划的范围。

2. 国家性旅游规划

国家性旅游规划是针对整个国家的旅游资源情况以及旅游业发展概况而制订的长期性的、大涵盖面的旅游发展规划,属于大尺度规划的范围。

3. 区域性旅游规划

区域性旅游规划是由不同的省、市联合制订的规划。比如,安徽省、湖北省与河南省联合制订的《大别山红色旅游规划》就属于这种类型。

4. 地方性旅游规划

地方性旅游规划是以省、市、县、镇为单位制订的旅游规划,如各省制订的旅游发展总体规划,属于中尺度规划的范围。

5. 旅游地（景点）综合规划

旅游地（景点）综合规划是以旅游地或者旅游景点为单位制订的旅游规划，属于小尺度规划的范围。

四、从时空二维角度

北京大学教授吴必虎提出，从空间和时间结合的角度对旅游规划进行分类（见表 1-1）。在空间维上，分为区域旅游规划和旅游区（点）规划；从时间维上，分为开发规划和管理规划，其中时间维上的分类更多地考虑的是旅游发展的成熟程度，而非简单的时段划分。

表 1-1 旅游规划的时-空二维分类

空间维 \ 时间维	区域旅游规划	旅游区（点）规划
发展初期	区域旅游发展（开发）规划	旅游区（点）开发规划
发展后期	区域旅游管理规划	旅游区（点）管理规划

五、从规划的深度分类

1. 旅游发展总体规划

旅游发展总体规划主要侧重于区域旅游发展目标、发展方向和发展战略的确定，一般会对旅游业涉及的各个方面进行全面安排。旅游发展总体规划往往内容翔实丰富，期限较长，以 10~20 年为主，规划图件一般以 5~10 幅为宜，可根据具体情况调整。

2. 旅游详细规划

旅游详细规划是旅游发展总体规划的具体化和深化，具体包括控制性详细规划和修建性详细规划。其中控制性详细规划主要是对一定规模的土地的用地性质、使用强度等进行控制，规划图件的数量往往比旅游发展总体规划多，且比例尺相对较大；修建性详细规划则主要用于指导旅游工程的设计和施工，内容更为细致，涉及给排水、供电、交通、建筑的外观等多个方面，对规划图件的数量、精度要求更高，比例尺更大，期限则相对较短。

除了以上常见的分类外，在国家发布的《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003）中也对旅游规划进行了详尽的分类，并对每种类型规划在内容、图件规格等方面进行了阐释。

在《旅游规划通则》中，旅游规划被分作两个大类：旅游发展规划和旅游区规划。

旅游发展规划主要是确定旅游业在地方经济和社会发展中的作用，制订旅游业发展的目标以及为了实现目标而对旅游系统各个方面所作的安排。而旅游区规划则是指为了更好地保护、开发、利用和经营管理旅游区，对各项旅游要素所进行的统筹部署和具体安排。

根据规划的层次、时间等指标，旅游发展规划和旅游区规划都可进行进一步的划分（见图 1-1）。以旅游区规划为例，按规划层次可以分为总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划等。从总体规划到修建性详细规划，是由宏观到微观、由抽象到具体的过程。

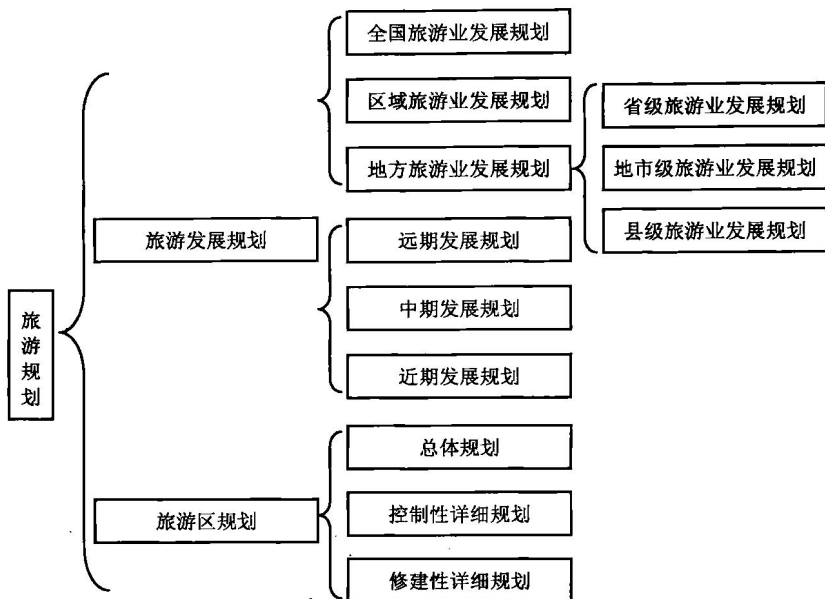


图 1-1 旅游规划的分类（根据《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003））

第三节 旅游规划的主要内容和成果形式

一、旅游规划的主要内容

旅游规划具有多种多样的类型，不同类型的旅游规划在规划内容上侧重点不一样。但不同类型的旅游规划，基本都会涉及以下方面的内容。

1. 规划范围

规划范围，即对被规划的区域的位置、行政界限、面积等基本要素的介绍。

2. 规划依据及原则

规划依据及原则，即编制该规划的过程中涉及哪些政策、法规、文件，以及遵守情况如何；编制规划过程中所遵循的大的指导方针是什么，如环境和文化保护的原则、维护当地居民利益的原则等。

规划依据及原则的提出，为旅游规划的合法性、合理性奠定了基础，是编制旅游规划时应遵守的基调。

3. 规划区域背景

旅游区域的背景分析总体上应涵括对该区域的自然环境、社会文化环境、经济环境等方面的分析。

自然环境包括该区域的地质地貌、水文状况、动植物分布、气候状况、常见的自然灾害情况、环境质量等多个方面。

社会文化环境涉及该区域的历史沿革、风土民情、宗教信仰、地方特色等方面。

经济环境则是对该区域经济发展的总体状况、当地居民的收入水平等方面的介绍。

对于区域背景的分析可以结合定性和定量的方法。另外，由于区域背景涵括的内容较多，除了要注意语言的精炼外，还要多关注该区域具有特色的方面。

4. 规划区旅游资源现状及评价

旅游资源的类型、分布等多种多样，根据《旅游资源分类、调查与评价标准》(GB/T 18972—2003)，旅游资源可以分为 8 主类 31 亚类 155 基本类型。旅游资源现状及其评价是旅游规划与开发的基础性工作，通过评价可以更好地了解区域旅游资源，确定旅游资源的重要程度和开发利用价值，确定旅游开发的重点，其准确性直接关系到开发的前景。

因此，往往在旅游资源调查的基础上，在客观、全面等原则的指导下，对规划区域旅游资源的数量、种类、区域分布等多方面进行分析的基础上，提出该区域旅游资源的优势和特色，并且初步确定开发的方向。

5. 客源市场分析

客源市场分析，即结合旅游市场调查的一手和二手资料，选定客源市场，明确规划区域的客源市场的范围、规模、结构、消费水平等。

客源市场的确定，一方面要注意分析旅游资源的特色，了解旅游资源吸引力所在；另一方面要对该区域可能出现的竞争对手旅游发展情况进行分析。

6. 功能分区和项目策划

功能分区，即合理确定各功能单元的布局。在功能分区时，应注意协调各功能单元之间、功能单元与周边环境之间、功能单元内主要景观之间在设施布局、活动安排等要素上的关系，使各功能单元的旅游设施、活动等方面相互协调、互为补充。

项目策划，也称项目创意设计，即如何通过表现形式、内容或功能等方面的变化与更新，构思出适合该旅游地发展的旅游项目。项目策划应遵循可行、因地制宜等原则，同时考虑到区域的旅游资源特色、客源市场范围以及竞争状况，注重突出特色。

7. 旅游业发展的形象策划

为了成功地在目标市场开展营销活动，旅游地必须在顾客心目中明确定位，即创造和管理一个独特鲜明和具有号召力的形象，这就是旅游形象策划。

由于旅游形象的示范性、代表性作用，旅游形象策划必须综合考虑旅游地各方面的要素，同时找出最能反映旅游地特点的要素。在旅游形象确定后，还应构思出一定的方式，使得旅游地形象能够传播出去，并且深入人心。

8. 旅游商品开发规划

旅游商品是旅游地取得经济效益的重要途径之一，旅游商品开发得好，则不仅能取得经济效益，还能传播地方文化，树立旅游地形象。因此，旅游商品开发规划是旅游规划的主要内容之一。旅游商品开发规划要注意深入挖掘旅游资源特色，同时要遵循实用性、纪念性、工艺性、科技性以及质量优先等原则。

由于旅游购物环境也是旅游特色的一种体现，因此有时旅游商品开发规划的内容也会包括旅游购物点的设计。

9. 旅游业要素规划

旅游活动的顺利开展需要食、住、行、游、购、娱六个要素的支撑，旅游规划中需要

对这六个要素的数量、规模、级别等进行整体的预测和安排。通过这种预测和安排，不仅可以使得旅游活动顺利开展，而且可以避免拥挤、卫生安全等事件发生，为旅游者提供更好的旅游体验，使得旅游地走上良性发展的道路。

10. 环境保护规划

近些年来，旅游业的发展虽然促进了地方经济的发展，但也给环境造成了严重影响。野生动植物数量减少、空气和水体污染、文化氛围缺失、传统特色文化消失或扭曲等各类不利于自然或文化环境的事件时有发生。为了避免这些情况，使得规划区域有一个较好的发展环境，规划者有必要设计一个旅游开发和旅游者行为的框架，对旅游开发进行约束，环境保护规划即是为此目的而产生的。环境保护规划一般包括对规划区域自然环境和具有特色的文化环境所提出的保护机制、原则和措施等。

11. 基础设施和保障系统规划

基础设施和保障系统规划，即根据发展旅游的需要对交通、给排水、供电、邮电通信、绿化等方面提出规划建议。由于基础设施规划与城市规划的关系较为密切，因而进行基础设施规划时，应紧密结合城市规划和交通、水利等部门的规划，做到相互协调。

12. 效益分析

效益分析会影响到投资者和规划者的决策行为，是吸引项目融资的重要依据，对于保证旅游规划与开发的质量也具有重要作用。

从内容上看，效益分析包括旅游为当地可能带来的经济、社会、环境等效益的分析，并针对一些可能产生的不良影响，提出预防性的措施。

从方法上看，既可以采取定性分析，也可以采取定量分析，或定性定量相结合。

二、旅游规划的成果形式

1. 规划文本

规划文本是用高度精炼的语言对规划内容进行精简性、全面性的介绍。规划文本，只说结论，不说为什么，要想了解到为什么，可以到说明书中找到答案。规划文本使人们能够快速了解旅游规划的主要内容和重点方面。

2. 规划说明书

规划说明书是对规划文本中涉及的问题进行详细的分析、阐释、说明和补充，是规划文本的丰富版，能够让人们对规划文本中的问题有一个更为清晰、透彻的了解。

3. 规划专题

规划专题是针对规划区域中一些重要方面或环节所进行的规划，是规划文本和规划说明书的必要补充。

4. 规划图件

规划图件能够更为直观地对规划内容进行说明。根据规划深度的不同，规划图件的数量、精度都不相同。旅游发展规划通常包括区位分析图、旅游资源分析图、旅游客源市场分析图、旅游业发展目标图和旅游产业发展规划图等。旅游区总体规划的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、