

区域旅游开发的 理论与实践

中国旅游协会区域旅游开发专业委员会 编

99-53

江苏人民出版社

区域旅游开发的理论与实践

中国旅游协会区域旅游开发专业委员会编

主编 徐德宽 马 波
编委 陈传康 孙文昌 范家驹
徐德宽 庞规荃 马 波

江苏人民出版社

书 名 区域旅游开发的理论与实践
编 著 者 中国旅游协会区域旅游开发专业委员会
责任编辑 左 衡
出版发行 江苏人民出版社
地 址 南京中央路 165 号
邮政编码 210009
经 销 江苏省新华书店
印 刷 者 南京江浦第二印刷厂
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 16.5
印 数 1—1060
字 数 380 千字
版 次 1996 年 4 月第 1 版第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7—214—01643—5/G·433
定 价 20.00 元
(江苏人民版图书凡印装错误可向承印厂调换)

区域旅游开发的回顾和展望 (代序)

一、区域旅游开发新概念的提出和发展

我国旅游业是随着我国的改革开放发展起来的,它带有超常规性高速度发展的特点。1978年入境旅游者180万人次,外汇收入2.6亿美元,1979年入境人数翻了一番,为420万人次,外汇收入增加2倍,为4.4亿美元。1980~1992年间,入境人数和外汇收入年均增长速度分别为33%和24%。1993年入境人数为4000万人次,外汇收入为46亿美元,分别比上一年增长4.9%和16.5%,国内旅游者3.5亿人次,回笼人民币320亿元,分别比上一年增长6.1%和28%,这表明旅游业作为一个产业已发展到相当规模。

旅游业和旅游学最大的一个特点就是综合性。其核心是资源和设施,有了这一基本条件,对境外旅游者就有吸引力和接待能力,就会把旅游主体(旅游者)、旅游客体(资源)和旅游媒介(设施和服务)三者联系起来。旅游学这种综合性及其同相关学科联系的密切性,在某种程度上同地学是相近的,因此,国内一批地学界学者在我国旅游业兴起的同时,对旅游资源和旅游学进行研究,并参加旅游资源调查和旅游规划等工作,先后在国内刊物上发表一系列文章,引起学术界的重视。在1987年深圳中国地理学会人文地理专业委员会年会上,成立了旅游地理组。当时,陈传康同几位先生在总结自己研究工作的基础上,认为旅游地学应当跨学科进行研究,提出区域旅游开发的新概念。这一概念是建筑在地域综合体的思想上。认为:区域旅游,就是在旅游资源分布相对一致的空间内,以中心城市为依托,依据自然地域,历史联系和一定的经济、社会条件,根据旅游者的需要,经过人工的开发和建设,形成有特点的旅游空间,即各种类型的旅游区,以吸引旅游者在一定区域内旅游;区域旅游开发,是发展区域旅游的基础,它是从区域整体的自然、经济、社会、交通和区位条件出发,对旅游空间进行综合性开发,包括资源、市场、产品、商品、人才等一系列开发和旅游设施的建设。中国区域旅游开发研究会正是在这一思想指导下成立的,并作为该会实践的宗旨。会员不仅有地理工作者,还有旅游学、经济学、管理学、地图学、园林学、建筑学、社会学、文学、历史学等学者,体现了大旅游、大联合的特点。研究会成立后,得到了中国旅游协会、中国地理学会和青岛大学的大力支持,并于1989年、1990年和1992年先后成功地召开了三次学术研讨会,以及举办青岛海峡两岸旅游观光学术研讨会。1991年4月,中科院地学部召开“我国资源、潜力及对策研讨会”。会上第一次邀请旅游地理学者参加,并分别在会上做了重要发言。一些院士、老一辈科学家对旅游资源和旅游业给予极大

关注,对一批学者从事区域旅游开发实践给予充分肯定。最后在上报国务院的文件中第一次出现关于旅游资源开发对策的内容。这标志着旅游学和旅游地学学科的科学性被肯定,加入现代应用学科的行列。1992年3月中国旅游协会第二届常务理事会第四次会议通过我研究学会的申请,正式接纳我会为中国旅游协会的成员,并更名为“中国旅游协会区域旅游开发专业委员会”。1991年《地理学报》上发表了《应用旅游地理学在中国的进展》一文,对旅游开发实践做一较全面的总结和肯定,并探讨有关理论问题。与此同时,台湾中国文化大学李明辉先生在《中国地理学会刊》上以“中国大陆旅游地理学之发展”为题,介绍旅游地理的发展,这说明旅游地理学和区域旅游开发已成为国内外引人注目的较为活跃的新兴学科。

回顾深圳会议到汕头会议的短短8年时间,从地理界十几位学者,发展到今天包容十几个学科、400多个单位、500多位学者组成的学术组织,完成省级以上成果50余项,出版专著30多部,发表的文章上千篇,引起海内外学术界的重视,尤其在海峡两岸的学术交流上做出了突出的贡献!

二、区域旅游发展新形势及近两年我会工作

1989年区域旅游及开发这个概念提出后,就一直是我会理论与实践的宗旨。今天,区域旅游及开发已成为旅游业生产旅游产品的重要内容。1992年是中国第一个旅游年,我国旅游业跃上一个新台阶,成为世界后来居上的旅游大国。总结十几年经验,我们发现,长线旅游在航空交通、旅游业布局 and 整体发展,以及吸引回头客上存在一系列问题,而开展区域旅游就是解决这些使旅游业向深入发展的问题的的重要手段。因此,1992年国务院决定试办12个国家级度假区;1993年提出山水风光年主题,并确定汇合点和延伸点关系;1994年又推出文物古迹年和14条旅游线;1995年又推出民俗风情年和7个民俗旅游区。这样以区域旅游为特征的,观光——度假——专项旅游产品相结合的合理结构已经形成,旅游业提前完成任务指标,使我国外汇收入在世界各国中的排名由1978年的第41位上升到1993年的第15位。我国旅游业走向大发展阶段。在这新形势下,我会成员近3年来,在区域旅游开发方面做了大量工作,取得了一系列新成果:

1. 旅游开发实践与理论的新进展

(1) 以中科院地理所尹泽生为首的几位学者同国家旅游局资源开发司合作,完成旅游资源普查试点工作,制定了普查规范,为旅游资源普查、分类、建立资源信息库,制定中长期规划提供了科学依据。

(2) 以黄进主编的《第二届丹霞地貌旅游开发学术讨论会论文集》(武夷山会议)、傅文伟的《旅游资源评估与开发》、王兴中的《旅游资源景观论》、丁季华的《上海外滩旅游资源问题研究》、吴必虎译的《游憩地理学》、闫晓光、王清廉的《石家庄风景名胜资源》和周宣森的《浙江洞穴旅游文化》、张忠孝的《青海旅游资源》和林惠滨的《旅游开发论》等书的出版,说明对旅游资源的研究,已进入系统化和专业化的新阶段。

(3) 范家驹等人同海南省旅游局合作完成的“海南省旅游发展规划大纲”得到国内专家和海南省政府的高度评价,被认为是该省国民经济和社会发展规划的一个组成部分,是省政府宏观调控旅游业发展的依据,是各级政府制定和实施旅游以及旅游业相关行业发展规划的依据,也是审批旅游项目的依据。其进行规划工作的指导思想和做法上,为

各省旅游规划提供参考。

(4) 以陈传康、汪思涌、徐君亮为主完成的《汕头风景区建设和旅游规划》、《潮州市旅游规划》、《汕头特区岩石天坛花园总体规划》、《临淄区开发齐文化发展旅游业规划》、《海南神仙世界旅游域设计》、《中华文化博览域创意策划书》和郭康、张旭光的《河北省旅游资源开发规划研究实践》、《白洋淀风景区旅游开发规划》、《鹿泉风景旅游区建设总体规划》中的景点设计,是地学从宏观规划走向微观设计的标志,说明地学只要同相邻学科合作或在专业上自身完善,就可以完成宏观到微观的规划任务。

(5) 徐德宽、刘大江、彭洪山等人的《宜昌市暨西陵峡旅游开发规划研究》和《荆门市旅游发展总体规划研究》,突出了区域特色、客源市场分析以及对产品设计的研究。

(6) 孙文昌等人完成“胶东区域旅游开发研究”、“石老人国家旅游度假区经营规划”和“青岛市客源市场和旅游环境的调查”三项课题,对区域旅游、国家旅游度假区经营和客源市场调研进行系统研究,使科研与教学直接为生产服务。

2. 区域旅游开发教育

庞规荃的《中国旅游地理》,袁绍荣、孙玉琴、时临云的《世界旅游经济地理》和保继刚、楚义芳、彭华的《旅游地理学》和宋德明的《旅游资源地理学》等书的出版,吸收了国内外最新研究成果,对旅游资源、规划、开发和地图的研究,在地学界产生较强的影响。

3. 广泛开展学术交流

开展学术交流是我会经常的主要的任务。目前我会已与台湾观光界建立了经常性联系,开展了多次学术交流活动。1991年在青岛召开海峡两岸旅游观光学术研讨会,1993年陈传康先生受邀赴台访问、考察,并写了“台湾观感”一文,使大陆旅游界对台湾有了较全面的了解。台湾观光界陆景武、宋安叶、吴仪、岳喜森、廖铭龙和徐鸿进等先生多次访问大陆,并在《观光管理》、《桃园观光》等杂志上刊载我会会员的文章。《桃园观光》每期还以大量篇幅介绍大陆风光和旅游开发状况,以及介绍我会学术动态。旅游交流促进了海峡两岸的文化交流。

我会还同其他学术团体合作,积极开展学术交流。1993年9月同河北省旅游开发研究中心联合召开“嶂石岩地貌”学术考察研讨会,10月与中国地理学会旅游地理专业委员会联合召开“旅游资源开发学术研讨会”,11月与中国地理学会地貌专业委员会联合举办“丹霞地貌研讨会”。这些学术活动都扩大了我会在学术界的影响。另外,我会还开展旅游教育方面的交流活动,1993年4月,华东师大、陕西师大和青岛大学3所院校旅游系举行联席会议,共同研究办学方向、道路、教学和教材编写等问题,支持、扶持一些院校新上的旅游专业。

三、未来的展望和任务

我国旅游业经过十多年的发展已形成产业规模,1994年创汇73.23亿美元,回笼人民币950亿元。开放城市1149个,国家级风景名胜区120个,国家历史文化名城99个,国家重点文物保护单位500处,其中列为世界文化遗产有14处,推出国家旅游景点249处、路线14条,批准国家级旅游度假区12个,拥有旅游饭店2552座,客房38万间,旅行社3086家,机场109个,开辟航线647条,定点餐馆1143家,定点商店1168家,定点娱乐和设施295处,固定资产总值787亿多元,旅游战线职工244万。预计到本世纪末我国将成

为世界旅游大国,创汇达 100 多亿美元,在管理和服务上达到国际水平。

在我国旅游业的大发展中,一个重要课题就是资源调查、评价、规划和开发,以增强对旅游者的吸引力和在国际旅游市场的竞争力。这项任务,无疑对旅游地学和区域旅游开发学者来讲是应当努力完成的任务。

旅游开发首先是对资源的开发。资源是旅游业产生和发展的基础。只有对其性质、类型、特色、规模、潜力等要素弄清楚,才能决定其开发,利用其有利条件,才有可能达到投入少、产出大、事半功倍的效益。而目前有些地区离开本区的环境条件和资源的特色,去大搞人造模拟景观的开发,结果很可能达不到预期效果,反而会成为发展旅游业的障碍。

旅游开发中应坚持以市场为导向,按着市场的需求,利用资源条件,进行有计划、有目的开发,生产出有特色、高品位、参与性强的产品。对于外国和外地区的成功经验,切忌照搬照抄,而应当认真地去学习,积极消化,结合地区的环境——资源——市场的特点,加以综合,进行再创造,建设高起点、高质量、高效率的旅游区,在国际市场上有较强的竞争力。

旅游开发是综合性的开发,这是旅游产业的综合特点所决定的。旅游业是一个网络型产业,同相关产业间关联性极强。因此在规划、开发中,除对资源——市场深入研究外,与其相关的产品、商品、人才,以及饭店、餐饮、娱乐、交通等设施的建设要综合分析和安排,使国民经济各部门和社会事业各单位有力支持旅游业,而旅游业的发展将带动各经济、事业单位协调地发展。

旅游开发是项科学实践活动,它要求完成的规划,既要有科学性,又要有实践性。过去的有些规划往往过多地注意了宏观的科学性方面研究,而对实践的可操作性注意不够。近几年有很大改变,一些学者亲身参与规划设计。这里一条重要经验,就是参与规划的学者要不断扩充自己知识,或在实践规划中吸收其他专业学者和实际工作者参加,共同完成项目设计,确定实施规划步骤和措施。

总之,我们区域开发学者,要同其他专业学者联合,共同完成区域旅游开发的任务;做为我们学会组织,要在中国旅游协会的正确领导下,积极开展工作,搞好学术交流,同兄弟学会合作,在我国旅游业的大发展中作出贡献!

陈传康 孙文昌

1996. 1

目 录

区域旅游开发的回顾与展望(代序)	陈传康 孙文昌
------------------------	---------

综 论 编

旅游规划刍议	刘德谦(1)
社会趋向与观光需求	陆景武(6)
区域旅游开发与展望	宋安业(8)
区域旅游业的乘数效应	黄羊山 张林源(10)
区域旅游开发与规划的元科学分析	李蕾蕾(14)
评析旅游开发实践中的几个误区	傅文伟(19)
区域旅游开发略谈	江月启 吕先进(22)
从几个实例看区位条件对旅游开发的影响	周定一(24)
以市场为导向因地制宜开发国内旅游	刘敦荣 刘 英(27)
区域旅游开发中旅游资源供需关系探讨	殷红梅 陈永孝(31)
区域旅游景观结构与景观效应配置的系统分析——以三门峡市为例	王兴中(36)
论自然风景开发的区域负效应——以武陵源为例	全 华(44)
旅游者对旅游目的地选择——旅游决策行为研究	王家骏(48)
旅游区管理模式研究的意义、内容和方法	吴必虎(53)
论旅游环境与旅游环境学	孙根年(56)
旅游与环境保护	王勋陵(60)
旅游地自然灾害的防治	陶家元(62)
旅游地貌分类系统初论	郭 康 邸明慧 马志文等(65)
重视发展我国乡村旅游业	金学良 张桂林(71)
把我国沿海岛屿作为旅游区来开发的构想	丘韬英 陆秀萼(75)
论我国洞穴旅游资源的地域分异及其开发	梁留科 李永文(77)
革命纪念地转换旅游机制的研究	郭 康(81)
浅议旅游商品的开发	万德梅(87)

区 域 编

北京“红叶”资源的分布及开发利用	刘 烽(90)
利用资源优势 发展黑龙江特色旅游	刘春杰 王 民(93)
黑龙江省火山地貌旅游资源及其开发	王 民 张序强(96)
镜泊湖地区旅游开发对策述略	宫振文 冯志刚 朱景湖(100)
胶东区域旅游开发	孙文昌 田 红 王荣国(103)
上海旅游资源评价	苏文才(122)
南京汤山旅游资源开发利用	王永慧(125)
扬州旅游资源评介及开发刍议	陈建勤(130)

闽东南地区旅游开发的主导方向·····	林惠滨(134)
荆门市旅游发展总体规划研究·····	徐德宽 彭洪山 刘会平(138)
对发展湖北省旅游业的再思考·····	李家声(149)
湖北红莲湖旅游度假区发展国际旅游的几点思考·····	徐德宽(152)
论湖南旅游业的发展·····	翟辅东 肖自裕 邹麦秋 吕思栋(155)
跨世纪、跨国界:广州旅游业新的战略选择·····	顾润清(159)
西北地区旅游资源分区及开发初探·····	甘枝茂(164)
对西安地区旅游业深入发展的认识·····	武裕仁(169)
开发关中地区乡村旅游业的构想·····	马 波(174)
云南旅游资源开发的主导方向与东南亚旅游市场开拓研究·····	明庆忠(180)
广西旅游地貌资源的区域开发研究·····	杨颖瑜(185)

潮汕地区专编

开发汕头旅游资源,建设现代化国际港口城市·····	谢惠鹏(189)
开发旅游资源 留住八方宾客·····	林诗渠(192)
潮州旅游经济发展战略研究·····	潮州市旅游局(195)
汕头风景区建设和旅游规划纲要·····	陈传康 徐君亮 杜松年(201)
潮州市旅游开发·····	陈传康 徐君亮 陈俊鸿等(208)
展“南海邹鲁”雄威,拓潮汕文化旅游·····	邹树梅 董达生(229)
区域旅游开发必须打破地区界限——潮汕地区旅游开发一见(摘要)·····	周进步(232)
汕头地区全方位旅游开发研究·····	卢武强(234)
丰顺县温泉旅游资源与温泉疗养度假区的开发·····	丰顺县旅游局(237)
浅谈潮阳市人文旅游资源的开发和利用·····	赵坤明 赵钦奎(240)
南澳旅游资源开发论证·····	李坚诚 高凌旭(243)

附

论文存目·····	(248)
第四届全国区域旅游开发学术研讨会纪要·····	(250)
后记·····	(255)

旅游规划刍议^{*}

北京旅游学院 刘德谦

规划是人类进入理性时代以来的一项基本活动,其目的在于安排一种合理的选择,以期对未来的行为加以组织或控制。

旅游发展规划的制定,应依据旅游业现状及相关产业现状,根据市场的现实需求和潜在需求,从资源潜力和资源重新配置的可能性入手,通过研究分析,从而找出重新配置资源以发展旅游业的途径和措施。这里所说的资源,既包括旅游业的两大资源范畴(①基本资源范畴——即人们常说的自然资源、人文资源等旅游目的资源,②可用于定向使用的资源范畴——即人们常说的接待能力、交通条件与运力等旅游业运行资源),也包括整个社会人财物等方面的资源。

制定旅游发展规划的最重要原则是:让旅游资源及相关资源尽可能地得到合理而有效的分配和使用。国家或地方政府对旅游事业的重视,其关键性行为,不应是行业的日常管理,而更主要的应是集中力量通过精心规划,力求最合理的配置有限资源,并在配置时给予旅游业优先考虑的地位,以期使旅游业对整个经济发展和对整个社会发展的贡献达到最高值。

旅游发展规划,实际要解决的核心问题,是旅游者与旅游目的的关系,其中关键环节是对旅游设施和旅游服务的目标安排,即旅游者(人)——旅游设施、旅游服务——旅游目的。通过对旅游设施和旅游服务的合理安排,使旅游者成功地实现其旅游目的,成为旅游环境中自在而舒适的主体。在这里,资源是其成功的基础因素,也是其制约因素;规划的目标效益,是其行为的最终归宿。“人——设施服务——目的”这一模式中各关联因素有机结合,从而达到预期的指标,产生出预期的效益,这便是规划成功的标志。

在市场经济机制下的旅游发展规划,最先的出发点,应该是旅游市场的需求,其间潜在需求比现实需求更重要。因而对潜在需求的研究和预测便成了旅游规划所不可缺少的组成部分。这也是今天的旅游规划不同于旧时类似规划的十分显著的特征。但是旅游发展规划却不能只限于对需求的预测,还应包含对一系列发展目标和发展措施的选择,并进

^{*} 本文原名《旅游规划学刍议》,系作者提交“旅游规划理论与实践研讨会”的论文提纲,曾在会中宣读。——编者

一步测算出支持这一发展水平所需要支付的成本及其对社会的负面影响,从而拟定出把成本和负面影响降低到有效的最低点的办法。

在市场经济条件下的旅游发展规划,还必须包容市场营销环节的策略设计,只有这样,规划中的效益目标才有较顺利实现的可能。在设计营销策略时,无论是产品策略,还是价格策略、渠道策略、促销策略,都应得到相互配合的充分考虑。每一个企图参与国际竞争的旅游接待国,都必须根据国际竞争的态势客观地评价自己的产品,从而发展自己的产品,突出自己的用以适应国际旅游市场需求的产品特征。同样,面向国内游客的旅游接待地,也必须从国内比较的角度来评价并发展自己的产品,突出自己的适应国内市场的产品特征:因为,相似或雷同的旅游产品,将会遇到他国或他地的激烈竞争。面对旅游者对产品要求的个性化、多样化、深层化,面对激烈竞争的市场,采用无差别市场策略是难以成功的,不同目标市场需求的往往是相互有别的特色产品。没有对营销问题的考虑,旅游规划便失去了价值。

二

现代旅游业是一项十分年轻的产业,作为有意识的对其未来发展的科学安排,旅游规划工作尤其显得年轻。

运用于旅游规划的旅游规划学,是一门崭新的学科,同时也是一门综合性极强的交叉学科。旅游规划的综合性,不仅在于人类分工的细密化和现代学科分工的细密化,同时更在于旅游产品组合的多侧面、旅游行业生存的多支点及其运行所需的多动力。目前,由于旅游者对产品提出了日益深广的高要求,因而人们已能明显地感到一种加速的相应变化:旅游规划综合性所具有的广度正在不断扩展,它所具有的深度正在不断延伸。

在城市规划和旅游规划的研究中,曾发展起波兰马列士的门槛理论。马列士学派之所以一度走俏世界,原因就在于门槛理论的发展开创了一个新领域,促进了经济学及其他相关学科对城市规划等工作的渗透,加强了规划工作与其他多学科之间的联系。如借用马列士的门槛理论,那么在制定旅游规划时,就必须设法找到制约旅游业发展的各层门槛的相对位置,其间包括对发展可能性的分析(DPA—Development Possibility Analysis)和对终极环境门槛的分析(UET—Ultimate Environmental Threshold)。仅此一项工作,也离不开各科专家的携手合作。

正因为旅游规划学是一门崭新的综合性极强的交叉学科,所以旅游规划工作就必须联合旅游、经济、市场、营销、企管、教育、金融、统计、交通、通讯、地理、地质、土地、生物、生态、环保、历史、文物、社会、民俗、园林、建筑,以及现代工业技术等各方面的专家学者和实务工作者一道工作。在旅游规划中,自诩的无所不通的权威只是一种假象,因为世界上本无万能的神人。面对涉及如此广泛的学科,真有经验又富于责任感的专家,越来越感到只靠个人的力量已难以胜任,也越来越感到仅靠同单位同学科的专家组合已难以实现规划的高水平。很显然,在这方面的个体经营是没有出息的。

但也不能不指出,在实际的规划工作中,以上各个学科的作用并不完全一样。由于规划的层面和范围等都存在着度的差异,因而不同的规划必须找出各自相应的几种学科作为各自规划的主体,以形成多科配合又各有侧重的格局。

旅游规划就其规模而言,可分为国际的协调规划、国家的全面规划、地区的综合规划,

以及小区域或项目的具体规划。就其可操作性而言,可分为宏观规划和实施规划。就其包含内容而言,可分为旅游业各组成环节的规划(如旅游市场拓展规划、旅游资源开发规划、旅游土地利用规划、旅游环境保护规划、旅游业资金吸引规划、旅游设施建设规划……)。如就旅游业发展进程而言,可分为初期开发规划、接力开发规划和后续发展规划。如此等等,不能遍举。尽管不同层面不同角度的诸种规划其任务有别,但其关联性却是普遍存在的,故应提倡不同层面不同类型规划之间的“对话”,以寻找出相互之间的衔接点和配合点。不同层面的规划只有相互沟通,才能从单一的相互制约变为相互补充。

尽管不同类型的旅游规划对其规划师及其相关人员的要求有异,但各方专家的合作才是成功的保证。正因为旅游规划这一学科的年轻,因而除大力提倡专家学者的协作外,还应大力提倡学科内部的信息传播和学术交流,以及不同观点不同意见的磋商和研讨,以推动这一新兴学科的建设。

三

现代城市规划工作者已经认识到,今天的城市规划已不再是平面上的二维土地利用设计,也不仅是三维空间的布局安排,而是已经引入了时间要素的四维研究活动。很显然,旅游规划的制定更是如此。

旅游规划不仅是一定时期的旅游发展计划,不仅是对旅游发展的建设部署,同时又应是其后旅游业的经营和管理的依据,因而具有阶段控制性的显著特征。

旅游规划不应当是凝固的,而应是不断补充、不断修正、不断发展的,这便是现代后起的延续性规划或滚动式规划。另一方面,旅游规划又不能过于频繁地变动,它必须具有相对稳定性和不可模糊的阶段性的,它必须依一定时限分阶段地进行。

阶段之间的衔接是值得认真研究的。尽管对初期开发规划和后续发展规划来说,资源和市场都是基础,然而在后续发展规划中,对市场因素的考虑却更需功夫。在已经有了相当规模的接待地或接待国,其后续发展规划的首先着眼处,应该是在收集反馈信息的基础上利用现有硬件条件和软件条件,针对市场进行调整或改善自己的营销策略,其次才是面向需求变化的补充性建设及扩而大之的扩充。这便是具有阶段性的滚动。

由于旅游行业生存的多支点,因而我们很难从某种单一的技术角度把它描绘为某种单一的简单产业。如果离开了自然环境和社会环境,如果没有社会的参与和被利用的自然,不仅旅游业的经济效益无从实现,连其自身的存在和运行也几乎不可能。因而旅游发展规划在制定之初,就必须事先考虑到旅游业在其后的运行中将会遇到的各种矛盾面之间的综合平衡。

旅游规划不仅必须处理好经济与社会、经济与文化的关系,处理好行业内各相关环节的关系,同时还必须合理考虑社会各方面之间的利益。社会各方面的利益常常是彼此补充、彼此重迭、乃至彼此矛盾的,如旅游者和当地居民之间、城市地区和乡村地区之间等,都各有自身利益之所在,因而需要规划工作者在规划着手时就给以充分的预后研究。在实行市场经济的国家中,不少旅游企业的投资都是由私人进行的,因而当前我国的旅游规划工作者还必须注意做好社会总利益和企业利益的合理分配和调整,并在不断变动的格局下做出能大体适应变动的总安排。

在旅游规划的制定中,必须尽早抛开旅游理论界曾有的关于“经济属性”与“文化属

性”的无益争论,应该充分认识到现代旅游业的经济属性和旅游者旅游活动的非经济目的,从而在筹划获取行业的经济效益时,努力提高旅游产品的文化品格。同时还必须清醒地看到,在社会的发展中,旅游产品内的文化品格正面临快速增长的发展趋势,因而在第一步规划的制定时就必须为下一步的产品改进和更新留下必要的发展余地。

另外,在旅游业的开发和发展中,旅游目的资源的利用和保护始终是一对矛盾体,我们的规划则既要让旅游者满意,又要有效地保护资源。列入规划的保护,应该是预防性保护,较之问题出现后的应急性保护来,预防性保护当然多一分主动,多一分从容,多一分效力,也多一分经济上的效益。

远离城市的目的地往往具有普遍的引力,然而旅游活动却常常离不开对临近城市的依托(在这个问题上克里斯塔勒的“中心地方”理论可供考虑),因而进行旅游规划时还应对旅游地与城市的关联做出基于心理和社会考虑的以动态研究为基础的安非。

在规划的四维结构中,谁最具有协调的权威功能,那最终还是政府的目标和政策。为了实现规划目标,政府必须具有充分的预见性,并应在认真研究学者和实务工作者建议的基础上,通过立法及其他宏观手段发挥更大的作用。

四

具有时段性的全国性旅游规划,是国家目标和相关政策的一部分;全国或地方的旅游发展规划,无论其是否基于民意机构的意见或是否向专家学者寻求过咨询,它在本质上都是政府行为。

从目前的情况看,如不是受政府的委托,最适合专家学者工作、也最便于专家学者发挥自己才智的规划,应该是旅游目的地开发规划和项目开发规划。当然了,在区域旅游发展规划方面,近来专家学者们的努力已取得了不少成就。

就旅游规划的不同层面而言,小区域的、目的地的或项目的规划,比全面宏观的规划需要更大的精确性和可操作性,因而也就越需要学科理论的指导,需要更多的经验积累和同行朋友的切磋与交流。

资源和市场,是设计旅游产品的基本,是支撑规划的两翼。成功的规划,必须先有对资源的客观评价,对目标市场的调查研究。在目的地开发和项目开发时,首先必须选准目标市场。没有目标市场的开发,既有成功的可能,也有失败的可能,如果出现了强手的竞争,那么失败将成定局。区位对旅游活动的影响是不可忽视的,新的旅游目的地或项目的开发规划,必须认真地考虑自身区位的优劣,并密切注意对有利于市场开拓的优势区位的占领或选择。在区域和目的地的开发规划中,本地景观资源的比较优势和本地其他相关资源的比较优势是十分重要的。对优势的确认,必须具有客观比较评估的准确性,因为只有客观确认的价值才能反映这一“优势”的真实价值,才能摆脱决策人、投资开发者和规划师们的心理局限,才能摆脱资源评价的自我孤立。应设法将本地资源(或已有的非地域性资源)与本地毗邻地区、客源毗邻地区、传统热点地区的相同、相似、相类的有关资源作一科学的比较,从而一一找出自己的主要优势和次要优势,并一一与竞争对手的竞争力量作一具有动态预测的反复较量,进而设计出自己的优势产品,推进目标市场,取得分割市场的成功。

在市场经济环境下,区域的、目的地的和项目的开发规划,通常可分为两种类型——吸引型、自力型。一般说来,规划规模越大就越应该是吸引型。吸引型规划除了向投资者

展示该地旅游发展的潜力和前景外,还应在安排技术中参照平均利润法则对不同项目给以不同的优惠条件(即有选择性的帮助),这种鼓励性的倾斜是十分必要的,以使不同项目具有相似的引力,以求得同一时限的规划项目得到大体均衡的发展,以便及时获得整体效益。

区域的或目的地的旅游开发规划,其部分环节与城市规划和建筑设计是相同或相似的,因而借用姊妹学科的经验是必须的;然而,如果用城市规划或建筑设计来代替旅游规划,或硬性搬用城市规划等的指标体系,却不利于旅游业的发展。因为旅游开发规划的可行性研究,首先是旅游经济学和旅游社会学的任务,其次才是基于旅游市场学的空间设计和软体设计。即使在上述次要环节上,旅游开发规划也不同于城市规划,虽然现代城市规划需要考虑城市的市场功能,但城市终究不是市场经济的产物,而作为经济事业的现代旅游业,其开发规划的制定却没法离开市场经济的法则。

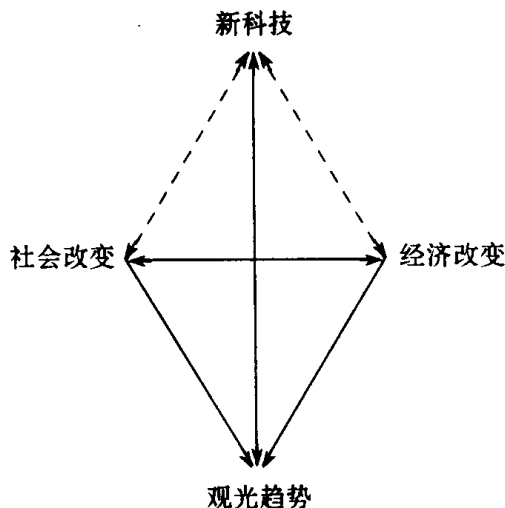
从规划的具体内容看,旅游开发规划也不同于城市建设规划或村镇建设规划。①城市或村镇的功能是多样的,而旅游目的地的功能主要在于提供旅游服务,因而其功能较之城市功能更有着重点,而且将城市的其他功能做了大大的简化。②城市对居民的服务功能,可以通过各个区域的相互配合来实现,而旅游目的地却常常要求在同一区域具备一个完整的高水平高效能的服务系统,旅游者要求在尽可能短的时空距离中得到这一服务,时空距离的短长也是其水平高低的标志之一。③如果说城市建设规划需要完成的是功能规划和环境规划,那么旅游目的地的环境又必须大大优于普通城市的环境,而且常常还须以具有一般城市所不具备的环境来取胜。如果目的地的设计并非着意要把旧式城镇特色作为旅游吸引物,那么就必須跳出一般旧式城镇的模式,并创造出有别于旧式城镇的环境来。目前不少海滨旅游区的规划仍然套用旧式海滨城市的规划,其失误之处就在于规划中考虑最少的恰是海滨旅游者们的旅游需求特征。

社会趋向与观光需求(节选)

(台湾) 陆景武

社会变迁影响旅游市场的形态

世界各国观光学者一致认为,人类未来的社会变迁,必然使得观光旅游更为发展。到2000年时,旅游观光将成为人们异常重要的社会暨经济现象。人们在今后20年所花费在旅游上的金钱,亦即世界观光的支出,将比现时增加5倍以上。而旅游市场的形态,亦随着经济的发展及新科技的应用作均衡的改变,如图所示:



1990s 年代的观光形态

世界目前的观光产品已发展至更广泛多样的范围。而“观光”或“观光客”一词,已包含各种不同的活动,融合于人们离家外出旅游的一切现象与活动之中。现代观光活动,转型为动态的参与与亲自的尝试,打破了传统式止于静态的欣赏与观赏。而购物活动亦相继由于各地的差异性而带来无限的吸引力。各地人民习俗节庆和嘉年华会等令人狂热陶醉的文化特色及现代具有高度刺激性享受的拉斯维加斯式的娱乐场所(Casino),及奥林匹克运动会和选美大会都吸引和招徕无数的观光客。因而多样性、变化性、机动性的观光市场形态,基于社会演变而大为改变。

未来的观光客需要些什么？

观光产品的发展,反应出社会价值的改变。究竟今后的10年中,将再会有何种的变化而影响到观光客的行为呢?这对于研究观光市场及经营观光事业的学者与业者,主管观光的国家机构及民间组织,确实是一个值得去思索探讨的问题。而今后社会变迁对于观光市场的影响将会主要从下列三方面特别表现出来:

- (1) 人口(People)——年龄层结构、家庭生活方式与教育;
- (2) 态度(Attitude)——认知,对品质方面的讲究;
- (3) 休闲时间(Leisure time)——日益增加的休闲时间与较大的弹性。

首先,由于新生代的成长,将成为未来的观光客潜在市场与来源。因而未来观光客的构成分子也在变动之中。观光客中,年轻人和单身者增多。随着教育水准的逐渐提高,产生了较高水准及知识能力与经验的观光客。

其次,人们的态度在继续显著地改变中,不同的人对于观光产品产生了新的变化的需求。例如:年纪大的人将找寻较高品质及较安全的环境,而单身汉则借旅游来寻找扩大的社会接触。因此观光客对产品品质和服务水准要求越来越高。

再次,就是更多的弹性闲暇时间稳定而缓慢地增加。工作模式的弹性,导致观光旅游的时间与本质更有伸缩性。不光对整天工作的人如此,就连兼职工作的人员仍享有更具弹性的余暇可支配时间,把更多的时间花费在正常工作之外,因而不同种类的观光吸引地和活动及观光事业则越来越为休闲者所需求。

随着社会的变迁,观光客的种类、需求及形式为之大变乃必然的趋势。我们必须要有远大的眼光及无比的魄力去扫除一切障碍和困扰,以国民旅游品质的提升做为国际旅游的根基;以优越的民族特色做为国际吸引力的来源;以诚信的服务态度争取“重销价值”(Resale Value);以远见的规划,不断创新的“精致观光”来创造更美的将来。

区域旅游开发与展望

台湾桃园观光杂志社 宋安业

旅游观光是多样性、多元化的事业,它是顺应时代潮流,代表人类未来历史最可喜悦的展望,在促进世界国与国之间及各不同民族人民之间的文化与友谊的交流及增进相互了解上,扮演了极为重要的角色。因此联合国早在1963年8月21日至9月5日在罗马市所召开的“国际观光及旅游会议”上通过的议案中就曾指出:

(一) 认定观光旅游为人类之基本与最热望之活动,应受所有民族与政府之赞美与鼓励。

(二) 认清观光旅游在一国之内所影响之经济利益,特别在增加外汇与刺激国际贸易上所占之重要地位。

(三) 确认观光旅游在社会、教育与文化方面之力量,及其对促进国际友谊与了解之贡献,以及维护人类和平之功能。

(四) 深切体念观光旅游,经其分散之经济活动,创造就业机会及促进工业之发展,为加速各国,尤其在开发中之国家,经济发展之重要因素。

此种理念,迄今仍为全世界各国奉为精神标竿。

观光旅游事业,被认为是“无烟的工业”,但其目的绝非仅在创造国家经济的利益,它是超政治的,超国界的,超民族的和平事业。

“有朋自远方来,不亦乐乎?”观光旅游现已被全世界人民视为一种康乐和交谊的活动。

所谓“读万卷书,不如行万里路。”旅游能够满足人们求“知”的欲望,惟有亲眼所见,亲身所历,是最宝贵的经验。

其真正的目标,在推广我们这个国家,这个伟大古老的民族所拥有的一切值得骄傲的资产与成就,而其追求最高境界,则为整个国土的美化,人生的美化,并将我们自豪的民族资产贡献给人类。所以观光旅游事业,也可以说是“无形式的政治”,“无口号的外交”和“无课本的教育”。我们根据此一理念去追求即将来临的世纪远景。

“征服空间”,“开发自然”,是人类创造力永无止境的伟大工程,也不断产生出人类生活革命性的大变化,旅游工具惊异的发展,是这一世纪最显著的标志。

一个国家,不怕任何方面落后,只有观念的落后,知识的落后,才真正可怕。

因为事在人为,任何落后,只要努力,均能赶上。