



旅游规划新论

——市场导向型旅游规划的理论、方法与实践

许春晓 著

◆
湖南师范大学出版社





责任编辑 李阳 罗孝高
装帧设计 王珏

ISBN 7-81081-228-9



9 787810 812283 >

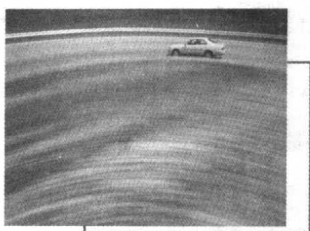
ISBN7-81081-228-9/F·009

定价 48.00 元



F590.1
X712

湖南省教育厅科学研究项目成果



旅游规划新论

许春晓 著

——市场导向型旅游规划的理论、方法与实践

◆
湖南师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划新论:市场导向型旅游规划的理论、方法与
实践 / 许春晓著. —长沙:湖南师范大学出版社, 2002. 12
ISBN7-81081-228-9/F·009

I. 旅... II. 许... III. 旅游经济—经济规划
IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 094118 号

旅游规划新论

——市场导向型旅游规划的理论、方法与实践
许春晓 著

◇责任编辑:李 阳 罗孝高

◇责任校对:全 健

◇出版发行:湖南师范大学出版社

地址/长沙市岳麓山 邮编/410081

电话/0731.8853867 8872751 传真/0731.8872636

◇经销:湖南省新华书店

◇印刷:长沙银都教育印刷厂印刷

◇开本:730×988 1/16

◇印张:19.5

◇字数:368千字

◇版次:2002年12月第1版 2002年12月第1次印刷

◇印数:1—2000

◇书号:ISBN7-81081-228-9/F·009

◇定价:48.00元

旅游规划新论

◎ 汇集一位青年旅游学者十六年探索的心血

◎ 公开一套旅游规划市场研究秘密武器

◎ 回首一段不自觉的创新经历

◎ 铸造一本工具性专著

目 录

绪论	(1)
第一章 中国旅游规划的市场研究历程	(8)
第一节 中国旅游规划工作的起步与旅游市场的简单研究阶段	(9)
第二节 中国旅游规划工作的发展与旅游市场的探索研究阶段	(20)
第三节 中国旅游规划工作的成熟与旅游市场的系统研究阶段	(30)
第二章 旅游规划工作中市场研究方法的有机融入途径	(37)
第一节 旅游规划工作中市场研究的地位和作用	(37)
第二节 旅游规划工作中旅游市场的特征	(41)
第三节 旅游规划工作中市场研究方法的融入途径	(45)
案例一：广西南宁市武鸣县旅游规划的旅游市场方法的融入	(50)
案例二：黑麋峰森林公园旅游规划的旅游市场方法的融入	(52)
第三章 旅游地类型及其市场调研方案	(55)
第一节 旅游地类型的划分	(55)
第二节 新开发旅游地的市场调研方案	(58)
案 例 湖南省永州市金洞生态旅游区的旅游市场研究方案	(63)
第三节 已开发旅游地的市场调研方案	(65)
案例一：有规划型已开发旅游地——黑麋峰森林公园的旅游市场调研方案	(70)
案例二：无规划型已开发旅游地——白水洞周末度假村旅游市场调研方案	(72)
第四章 旅游规划中的市场信息有效化途径	(75)
第一节 市场信息有效化问题的提出	(75)
第二节 问卷设计理论与方法	(76)

案 例：湖南省涪江省级风景名胜区市场调研的问卷设计	(79)
第三节 调查问卷发放的理论与方法	(84)
城市型客源市场调研案例：湖南省长沙市旅游客源市场调查的问卷发放方法	(88)
农村型客源市场调研案例：湖南省邵阳县乡村客源市场调研的问卷发放方法设计	(90)
第四节 问卷信息精确性保证理论与方法	(92)
案 例：娄底市娄星区大科乡客源市场调研的信息保真方法	(99)
第五章 旅游规划中旅游产品设计“双筛法”	(102)
第一节 旅游产品设计“双筛法”的设计背景	(103)
第二节 旅游产品设计“双筛法”的技术线路	(106)
第三节 几个具体技术问题	(107)
案 例：长沙市开福区农村旅游产品设计“双筛法”的应用	(110)
第六章 旅游产品开发智力成果权的市场保护方法	(121)
第一节 旅游规划中产品设计的仿冒现象及其根源	(121)
第二节 旅游产品智力成果权的市场保护理论与方法	(127)
案 例：“湘绣园”的规划及其智力成果权的市场保护方案	(135)
第七章 旅游规划研究中旅游业规模估算的市场探测方法	(141)
第一节 旅游规划研究工作中旅游业发展规模和速度确定的基本方法及其评价	(142)
第二节 旅游业发展规模和速度确定方法的改进	(152)
案例一：成熟型旅游地旅游业发展规模与速度研究——长沙“世界之窗”主题公园案例	(160)
案例二：新生型旅游地旅游业发展规模与速度研究——湖南桂阳县阳村古民居景区案例	(167)
案例三：南宁旅游业发展规模和速度的市场信息认定方法的应用	(172)
第八章 旅游规划研究中旅游业发展效益的旅游市场测定方法	(177)
第一节 当前旅游业发展效益的估算方法	(177)
第二节 旅游业发展效益估算方法的改进	(186)

案 例：长沙雷锋纪念城旅游业发展的效益估算	(189)
第九章 旅游地形象设计的市场信息支持	(196)
第一节 旅游地形象设计的市场信息要求	(197)
第二节 旅游地形象设计的市场信息获取途径	(202)
案 例：长沙市开福区旅游形象设计的市场信息支持	(203)
第十章 旅游规划研究中的旅游市场定位方法	(226)
第一节 旅游规划工作中的市场定位研究起源与现状	(226)
第二节 旅游规划工作中的市场定位研究创新	(230)
案 例：湖南省望城县雷锋纪念馆扩改工程的市场定位研究	(233)
第十一章 旅游产品生命周期确定的市场信息支撑	(247)
第一节 旅游产品生命周期理论的争论与实用价值	(247)
第二节 旅游产品生命周期问题的市场解决方案	(256)
案 例 湖南省新宁县旅游业的演进问题研究	(261)
第十二章 旅游规划研究中 SWOT 分析方法的市場依托	(270)
第一节 旅游规划研究中的 SWOT 分析方法的现状评价	(270)
第二节 旅游研究中的 SWOT 分析方法的创新	(273)
案例一：湖南双峰县曾国藩文化城总体规划中的 SWOT 分析	(277)
案例二：湖南省花垣苗族自治县旅游业发展的 SWOT 分析	(283)
后记	(289)
参考文献	(292)

绪 论

旅游规划工作是一个有层次的系统概念,从不同的角度透视,可以得到不同的旅游规划研究工作的类型系统。根据 Douglas Pearce (1981)^① 和 WTourismO 的观点^②,从空间尺度的差别,通常把旅游规划分为三个层次:国家级旅游规划、区域级旅游规划、地方级旅游规划。而 Clare Gunn (1994)^③ 根据旅游地域规模和性质上的区别,主张把旅游规划分为区域尺度(包括国家级、省级或州级)、目的地尺度和景点尺度的规划。根据旅游规划的目的和任务,又通常分为总体规划、详细规划(包括控制性详细规划、建设性详细规划)。从旅游规划的侧重面的不同,又有旅游业发展规划、旅游产业规划等等。作为一本以方法论为主要内容的著述,我们并不完全追求其在哪一个层次的或哪一个类型的旅游规划研究方面的全面系统。我们的研究精力主要集中在旅游发展总体规划中旅游市场研究的有关理论与方法问题上,适当兼顾详细规划的要求,而对于旅游规划的空间尺度等方面的差别,我们则不一一作出细分性研究。

在旅游规划工作中注意旅游市场的研究,是从 1985 年开始的。而将旅游市场的研究放在一个十分重要的地位上考虑,则是 1992 年以后迅速形成的。当时,中共中央作出了建设社会主义市场经济的决定,很快形成了市场经济语境,以资源为基础,以市场为导向的说法,在许多经济领域盛行。在 1995 年 10 月,一群青年地理学工作者在西安召开了全国青年地理学工作者学术研讨会,正式将市场导向型旅游规划作为一个主要议题讨论^④。但是究竟怎样才能做到遵循市场导向的原则,也是通过几年的探索,才慢慢有了一个初成系统的说法。

旅游规划的市场研究的重要性已经得到了社会的一致认定,特别是国家旅

① Douglas Pearce. Tourist development. 2nd edn: longman, Harlow, 1989.

② Sustainable tourism development: guide for local planner. WTO, 1993.

③ Edward Inskeep. National and regional tourism planning. The Hague: Van Nostrand Reinhold, 1994.

④《中国地理学会第五届全国青年地理学工作者学术研讨会在西安召开》,载《经济地理》,1995 年第 4 期,第 27 页。

旅游局在2000年11月颁布的《旅游发展规划管理办法》中,十分强调了旅游规划中市场研究的重要性,指出了旅游规划应当坚持可持续发展和市场导向原则,在内容上确定必须做市场调查,并要求全面分析市场需求,科学测定市场规模,合理确定旅游业发展目标。并根据投入产出关系和市场开发力度,确定旅游业的发展规模和速度。但是,并非所有的旅游规划学者都能十分熟悉旅游市场理论,十分熟练地使用了各种市场调查和研究方法。

2001年是旅游规划研究最火爆的一年。在春季里,《旅游学刊》连续发表了关于旅游规划理论与实践问题的系列笔谈,引起了旅游规划学界的广泛关注。同时,也表现出旅游规划学界对于最近两年来区域旅游发展要求日益迫切,对于旅游规划的需求日益增加,旅游规划市场火爆异常的局面的广泛关注。因而也形成了旅游规划学界对于“旅游规划需求热”的火爆式研究和讨论,一年之内,仅以“旅游规划高峰论坛”冠名的旅游规划研讨会就达到了三个,加上各种涉及旅游规划问题的“高级论坛”,就更是数量可观了。这些研讨虽然涉及面宽广,但总体上反映了旅游规划学界对于旅游规划研究工作的“科学化、规范化、市场化”的深切呼唤。这种客观的“旅游规划需求热”和“旅游规划研讨热”的两重现象的有机结合现实,是促使我加速整理十余年来从事旅游规划和旅游开发研究体会和探索性见解的直接动力。从规划本身的特有性质看,其计划色彩十分浓厚。在现代管理理论中,规划是战略管理的一个重要方面。旅游业特殊的关联性和明显的社会性决定着其必然具有政府主导的客观要求和明显的综合性、区域性色彩,进而旅游业规划成果往往是区域行政管理的依据。作为产业规划,旅游规划也必然带有其他产业规划所带有的共同性质:其一是带有行业行政归口管理的性质,其二是带有区域的行政管理特色,其三是带有产业的企业管理特色。

旅游规划的研究,通过近20年的探索,已经取得了许多的成功经验,积累了不少理论成果。有学者认为,旅游规划已经走过了资源导向、市场导向、产品导向、形象驱动四个阶段(刘锋,1999)^①。还有其他划分的意见存在,但是,客观情况是旅游规划发展阶段划分缺乏明显的标志和全国范围内的普遍性发展依据,因而也遭到了学术界的批评。我们认为,从旅游市场研究的角度看,旅游规划研究工作到了20世纪90年代中后期已经走过了三个阶段,由旅游资源导向型旅游规划走过了旅游资源、旅游市场共同导向型旅游规划阶段,并走到了旅游市场导向型旅游规划阶段。

^① 刘锋:《区域旅游形象设计研究——以宁夏回族自治区为例》,载《经济地理》,1999年第3期,第96~100页。

旅游规划领域是否存在学术派别,也是一个颇有争议的问题。最先在公开刊物上就旅游规划学者的特色进行研究,并进行一定的群体特色归纳的是张广瑞(1993)^①的工作。他通过对旅游规划发展历程的回顾,认为旅游规划的发展表现出四个阶段(四种类型):第一是地理专业人员开辟新领域,侧重于旅游资源开发利用规划;第二是城市规划人员(包括城建、风景园林部门和建筑规划院校)在风景名胜区和历史文化名城领域大显身手,利用本专业领域已有的较好的规划规范和硬件技术,以历史文化名城和风景名胜区为主要领域,编制了为数不少的物质规划为主的旅游规划;第三是政府旅游主管部门制定的全国或区域性旅游发展战略规划;第四是旅游规划大发展。这种旅游规划学者(术)类型的初步归纳,是以介入旅游规划领域的时间先后和学术背景、研究特色为依据的结论,本身是实事求是的。这一研究结论的科学意义之一,就是客观上揭开了“学派论”的序幕。真正的“学派论”的完整表达,出现在20世纪90年代中后期,王兴中(1997)^②的研究认为:中国旅游资源开发研究自1980年以来逐渐形成了四种“本体论”式的开发理念,以地理学学科为主的资源区划学派,以经济学学科为主的效益管理学派,以建筑学学科为主的园林景区学派,以从事文化研究为主的资源位移学派。这是我们所检索到的以学术论文方式发表的第一篇涉及“学派”字眼的论文。在张、王两位先生发表论文的前前后后,确实有学者在一些半公开的场合提出旅游规划已经形成了一些学派的观点,并对部分旅游规划名家进行了“学派”归口,结果招来了一片反对声。由于历史的缘故,旅游规划专家来自许多的学科,学缘结构十分复杂,几乎每一个旅游规划专家在理论研究和实践探索中都积累了自己的理论与方法,当然也不可避免地带有自己原专业的许多继承性色彩,进而有旅游规划专家开始进行派别的划分,同时也对自己的工作在派别中所起的作用进行定位。但是,学术界并不是每一位学者都赞成这种学派的划分,有时还出现了这样的情况,某一位学者认为自己是某个学派的权威,另一学者则反对这一说法,认为其是往自己脸上涂金。事实上,正如一些学者所指出的,旅游规划在目前的研究水平下,还没有形成自己的独特理论体系,更谈不上学派的分野。一般说来,作为一个学派,应该具备这样一些基本条件:有一套独特的理论思想和概念体系,有一套独特的研究方法,有一套独特的政策主张,有一群追随者等。这些标准对于连一个独特的概念体系都不具备的旅游规划学界来说,相差太远(邹统

① 张广瑞:《关于旅游规划的若干思考》,载《旅游学刊》,1993年第4期,第13~16页。

② 王兴中:《中国旅游资源开发模式与旅游区域可持续发展理念》,载《地理科学》,1997年第3期,第218~223页。

钊, 2000^①; 魏小安, 2001^②)。我们也认为, 当前的旅游规划研究确实不够成熟, 所谓的“学派”根本就未达到相应的水平, 只不过是出于自己的学术背景, 保留有原来学科的明显痕迹而已。正像一个刚刚出生的婴儿, 带着一根从母体中带出的脐带而已, 根本还谈不上真正意义上的学派。但是, 我们也并不否定这些“初生婴儿”的成长过程完结以后, 有可能成为大家大学派。但就目前的情况而言, 说其是一些带有自身特色的学术群, 还是比较妥当的, 这些客观存在的学术群主要有以下一些:

旅游规划资源学学术群: 一般地认为, 这一学术群的主要人员在旅游规划过程中都十分注重旅游资源的调查研究, 在研究成果中, 旅游资源普查工作做得突出, 成果分量比较重。同时, 这些学者多是具有地理科学学术背景的专家, 也有少数其他专业的专家, 如生态学专家等。这一部分专家中, 有不少是旅游规划工作的开创者, 他们自己认为旅游资源是旅游规划的基础, 无论是谁都应该注重, 如果没有大量的野外调查工作 (field work), 作为旅游规划的基础工作, 很难想象规划成果的质量。同时, 我们国家在请 WTourismO 专家作旅游规划的过程中发现, WTourismO 专家十分重视野外调查工作, 十分注重旅游资源的普查, 他们把那种旅游资源调查不够深入的旅游规划称之为“孵鸡蛋”。

旅游规划工程学学术群: 一般地认为, 这一学术群的主要人员在旅游规划工作中都十分注重设施建设, 在规划成果的表达上十分注重制图的规范性。这类学者多数有着土木建筑科学、城市规划科学的背景, 他们深受建筑设计、城市规划的专业影响, 将旅游规划当成城市规划 (或区域规划) 的一种特殊形式来看待, 并且将城市规划 (区域规划) 的总体规划、控制性详细规划和建设性详细规划与旅游规划的总体规划、控制性详细规划和建设性详细规划进行比照, 在制定风景名胜区规划时, 取得了很大的成绩。而且由于他们借鉴的是比较成熟的规划理论和规范, 故而规划成果在形式上也显得比较规范。他们的规划成果以图件为主要形式, 在景区的修建性详细规划中发挥了不可替代的独特作用。实质上, 被一般人认定的那些“工程学派”的代表人物, 很不乐意人们称他们为“工程学派”。他们自认为他们并非仅仅从工程的角度作旅游规划, 将它们称为“工程学派”颇有点否定他们其他方面的成就的意思, 并且在他们的旅游规划工作实践中, 也很注重市场调研, 在高等学校的高级人才培养中, 也注意针对旅游规划的市场调研方面的专门人才的培养, 如丁文魁 (2001)^③

① 邹统钊:《旅游规划与开发》, 广州: 广东旅游出版社, 1999年3月版, 第3页。

② 魏小安:《旅游规划的现状评价》, 载《旅游学刊》2001年第4期, 第6页。

③ 蒋 丽:《客源市场分析与目标市场定位在旅游规划中的应用研究》, 同济大学硕士论文, 指导教师: 丁文魁, 2001年1月通过。

的工作。

旅游规划文化学学术群：旅游规划文化学学术群的说法并不十分流行，不少旅游规划文化学学术群的学者自称是“戏称为旅游规划文化学派”。这一学术群的主要旅游规划学者的学术背景多数属于文学、历史学、艺术等，带有明显的文化色彩。他们最先的说法是，美国的大型主题公园的主要设计师与我国的主题公园的主要设计师存在质的差别，美国的著名主题公园的主要策划者和设计师是电影导演，及其他艺术工作者，我国的主题公园的主要设计者和策划者是建筑师。进而，我国国家的文学艺术工作者和史学家也开始投身到旅游规划的行列中来了。旅游规划的文化学学术群在旅游规划的工作过程中，特别注重文化内涵的挖掘，注重艺术的创新，浪漫色彩比较重。他们在规划一些历史文化遗产旅游地的旅游业开发实践中，发挥了自身的长处。

旅游规划市场学学术群：不少专家指出，旅游规划市场学派是部分旅游规划专家自封的派别。但是，我们认为作为一个注重旅游规划工作中的市场研究的学术群，客观存在。这一学术群的学术背景复杂，有来自多学科的学术背景特色，从这部分专家的成果特色看，主要是在旅游规划的研制过程中，十分注重旅游市场的研究，不少还专门做出旅游业市场营销规划的专题，并且在一些比较成熟的旅游区域中进行调整性旅游规划时，十分注重旅游市场的规划，也有一部分学者在一些衰落性旅游地的复兴性规划中，对旅游市场做了大量的研究。问题是自从我国市场经济体制和观念形成之后，市场导向是每一个学者都最关注的问题之一，是否具有“市场导向”的色彩，也成为了旅游规划成果水平的标志之一。因而几乎所有的旅游规划专家都是认为自己是十分注重旅游市场研究的，而且认为在所谓的旅游规划市场学派的代表人物所作的旅游规划中，旅游市场研究的深度和广度都未能超出自己研究的范畴。故而旅游规划市场学派的说法出现以后，学术界出现了一点不和气的气氛。

笔者是旅游学界普通一兵，自从1987年开始独自探讨旅游规划问题以来，也有十多个年头，也曾经作过一些旅游发展规划，特别是曾经跟随中国科学院生态旅游规划研究中心主任郭来喜教授作过旅游发展规划，也向北京大学陈传康教授请教过旅游规划的问题。尤其是1998年进入湖南师范大学旅游学院工作以来，一直在旅游文化学家郑焱博士身边潜心学习与从事旅游规划研究，并师从郑焱博士攻读旅游文化方向博士学位，使得我在旅游规划的领域内有了一定的心得。

我的学术背景比较复杂，出身于地理学领域，渐渐走向了管理学领域。在高等学校从事教育工作的近20年内，我从事过多年的自然地理学、生态学、区域经济学的教学和研究工作，又接受了旅游文化博士方向的理论与方法学

习,从事过旅游文化规划和区域文化产业发展规划研究;担任过本科学生和硕士生的管理学课程,又是旅游管理学硕士研究生导师。在我从事的旅游规划工作中,力求既发挥地理学和历史学给予的基本科学素质,又注重旅游市场研究,遵循以旅游资源的实地详细考察为坚实的规划基础,从旅游产品(规划项目)设计,到客源数量的测定与预测,到旅游规划目标的确定,旅游开发经济效益的测算,都以市场调查中获得第一手资料为依据,做出严格的计算。我写市场导向型旅游规划的专著,并非要成为未来某一派的一个重要的奠基人,只是想向同行汇报我的工作与探索,求教于大方之家。

我们不认为市场导向是旅游规划永恒的主导思想,尽管市场方法的探索是永恒的,市场方法在旅游规划工作中的应用是永恒的。从我个人的学术观点看:旅游规划的主导思想是在不断地演进的,今天我们热衷于市场导向,是我们这个时代的需要,是我们旅游规划所处阶段决定的。也许5~10年后,我们将走到人文关怀导向的后现代规划范式中来。事实上,我们在近年来的旅游规划实践中,特别注重人文关怀,体现旅游规划的人性化设计思想。

本书写作的主要思路是:在广泛学习旅游规划的同行们多年积累的已有理论、方法和实际经验的基础上,有效地吸收各家的学术精华,尽可能地在一些理论范畴内做一些抽象的思考,在一些具体的方法和说法方面做出自己的探索。同时,把自己的理论思考和方法的探索,以实例研究的形式呈现出来,力图达到理论研究与应用研究有机结合,规范研究与实证研究有机结合、相映生辉的目的。

本书的主要内容分为十二大问题进行探讨:第一是中国旅游规划的市场研究历程回顾,我们初步分成三个阶段进行介绍,具体包括中国旅游规划工作的起步与旅游市场的简单研究,中国旅游规划工作的发展与旅游市场的探索研究,中国旅游规划工作的成熟与旅游市场的系统研究三个阶段;第二是旅游规划工作中旅游市场研究方法的有机融入途径研究,具体包括旅游规划工作中市场研究的地位和作用,旅游市场的特征和旅游市场研究方法的有机融入途径,并介绍了广西南宁市武鸣壮族自治县和湖南长沙市黑麋峰森林公园的旅游规划中市场研究方法有机融入途径寻求的实例;第三是旅游地类型及其市场调查研究方案,具体包括旅游地类型的划分,新开发旅游地的市场研究,已开发旅游地的市场研究,也介绍了具体操作的案例;第四是旅游规划中的市场信息有效化途径,具体包括市场信息有效化问题的提出,问卷设计理论与方法,问卷发放理论与方法,问卷信息精确性保证的理论与方法,同时,就实际情况进行了案例研究;第五是旅游规划中产品设计中的“双筛法”,具体包括旅游产品“双筛法”的设计背景、技术线路和长沙市开福区农村系列旅游产品设计的

“双筛法”应用实例；第六是旅游规划研究中的旅游产品开发智力成果权的市场保护方法，具体包括旅游规划的仿冒现象及其根源，反仿冒的市场理论与方法和“湘绣园”的规划及其智力成果权的市场保护方案的案例研究；第七是旅游规划研究中旅游业规模与发展速度的市场探测方法，具体包括旅游规划工作中客源市场估算的基本方法，客源估算方法的改进，具体以长沙“世界之窗”、郴州市桂阳县阳村古民居聚落景区和广西壮族自治区南宁市的旅游业规模与发展速度预测作为实例进行了介绍；第八是旅游规划工作中旅游业发展效益的市场测定，具体包括当前旅游业发展效益（包括社会效益、经济效益和生态效益）的估算方法，旅游业发展效益估算方法的改进和雷锋纪念城规划中的效益估算案例研究；第九是旅游地形象设计的市场信息支持，具体包括旅游地形象设计的市场信息要求，市场信息的获取途径，最后是一个应用实例的研究；第十是旅游规划研究中的旅游市场定位方法，具体包括旅游规划工作中市场定位研究的起源与现状，旅游规划工作中旅游市场定位研究的创新途径，最后是雷锋纪念城规划的市场定位案例研究；第十一是旅游产品生命周期确定的市场信息支撑体系研究，具体包括旅游产品生命周期理论研究的现状，争论的焦点，旅游规划研究中旅游产品生命周期的描述方法与创新要求，研究中市场方法的介入途径，最后以新宁崑山为实例作了应用研究。第十二是旅游规划中 SWOT 分析方法的依托，具体包括旅游规划中的 SWOT 方法研究现状，SWOT 分析方法的创新，同时以湖南省双峰县曾国藩文化城总体规划和湖南省花垣苗族自治县旅游业发展的 SWOT 分析为案例进行了实证研究。

第一章 中国旅游规划的市场研究历程

从科学史的角度探讨中国旅游科学的发展，如同我们考究中国其他许多科学的发展史一样，可以得出“萌芽早，成熟迟”的结论。

如果认真地追溯旅游规划思想的初步萌芽的话，我们可以从中国古代先哲们各种规划设计的思想中找到许多与旅游规划思想密切关联的内容，特别是美学思想和景观设计思想。有学者认为，我国古代达官贵人围绕巡游目的而展开的安排就是旅游规划的雏形。(吴人韦，2000)^①

到了近代，旅游规划思想开始渐渐自觉和不自觉地科学化和系统化。特别是当中国第一家旅行社在陈光甫先生的倡导和直接领导下建立，由于旅游活动较大规模地展开，对于旅游地的开发提出了较高的具体要求，开始对旅游地的发展进行初步的规划，这在中国旅游规划历史上具有一定的历史意义。(郑焱，2000)^②

到了 20 世纪 30 年代，学术界开始关注旅游地开发的相关研究，张其昀(1934)在刚刚创刊的《地理学报》(1934 年第 1 卷第 2 期)发表了中国历史上第一篇区域旅游资源及其开发的学术论文，该文以《浙江省风景区之比较观》为题，学术色彩已经相当浓厚。由于具有景区建设方面的观点，也算是旅游规划研究的早期成果之一。1934 年是地理学界重视旅游地理研究的一年，共发表了 3 篇旅游地理论文，另外还有张其昀的《浙游纪胜》(《地理学报》1934 年第 1 卷第 1 期)和徐近之的《西宁松潘间之草地旅行》(《地理学报》1934 年第 1 卷第 2 期)，此后到 1990 年，《地理学报》只见到一篇旅游地理文章，是任美锷(1940)的《自然风景与地质构造》。接下来的是孙文昌(1991)的综述《应用旅游地理学在中国的进展》，简要回顾了应用旅游地理学 20 世纪 80 年代的主要成就，而其理解的应用旅游地理学的主要内容就是旅游开发与旅游规划的内容。事实上，在抗战胜利后，在一片战后复兴的呼声中，旅游业发展计划的思

① 吴人韦：《旅游规划的发展历程与趋势》，载《农村生态环境》，2000 年第 1 期，第 38～40 页。

② 郑焱：《中国旅游发展史》，长沙：湖南教育出版社，2000 年版，第 292～299 页。