



教育部高职高专规划教材

旅游资源开发与旅游规划

主编 李肇荣 罗仕伟

(第2版)

LÜYOUZIYUANKAIFAYULÜYOUGUIHUA



中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游资源开发与旅游规划/李肇荣、罗仕伟主编. —2版. 北京: 中国财政经济出版社, 2005.7

教育部高职高专规划教材

ISBN 7-5005-8109-2

I. 旅… II. ①李…②罗… III. ①旅游资源-资源开发-高等学校: 技术学校-教材②旅游资源-经济规划-高等学校: 技术学校-教材
IV. F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 025517 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 传真: 88190655

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×960 毫米 16 开 19.5 印张 317 000 字

2005 年 7 月第 2 版 2005 年 7 月北京第 1 次印刷

定价: 23.00 元

ISBN 7-5005-8109-2/F·7088

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

出版说明

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作的重要组成部分。改革开放以来,在各级教育行政部门、学校和有关出版社的共同努力下,各地已出版了一批高职高专教育教材。但从整体上看,具有高职高专教育特色的教材极其匮乏,不少院校尚在借用本科或中专教材,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。为此,1999年教育部组织制定了《高职高专教育基础课程教学基本要求》(以下简称《基本要求》)和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》(以下简称《培养规格》),通过推荐、招标及遴选,组织了一批学术水平高、教学经验丰富、实践能力强的教师,成立了“教育部高职高专规划教材”编写队伍,并在有关出版社的积极配合下,推出一批“教育部高职高专规划教材”。

“教育部高职高专规划教材”计划出版500种,用5年左右时间完成。出版后的教材将覆盖高职高专教育的基础课程和专业主干课程。计划先用2~3年的时间,在继承原有高职、高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分汲取近几年来各类学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验,解决好新形势下高职高专教育教材的有无问题;然后再用2~3年的时间,

在《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上,通过研究、改革和建设,推出一大批教育部高职高专规划教材,从而形成优化配套的高职高专教育教材体系。

“教育部高职高专规划教材”是按照《基本要求》和《培养规格》的要求,充分汲取高职、高专和成人高等学校在探索培养技术应用性专门人才方面取得的成功经验和教学成果编写而成的,适合高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校使用。

教育部高等教育司

2004年12月

再版前言

我国旅游资源非常丰富，各地发展旅游业的积极性很高，希望把资源优势转变为经济优势。近年来对旅游资源进行规划开发，建立旅游区，有雨后春笋之势。然而，如何开发旅游资源有其自身的经济规律，推向市场的旅游资源，怎样才能为旅游者所接受，为社会所认可，已成为开发者急需研究的问题。所以，科学、合理地旅游资源进行调查评价、市场分析、规划设计、开发保护等工作至关重要。本书对这些问题，特别是针对高职高专学生如何掌握旅游资源调查、评价与旅游规划方面进行了探讨，力求理论与实践结合，注重可操作性。尽管作者们在各地先后参加了30多个旅游资源调查会以及旅游规划的研究和实践，但旅游业毕竟是一个涉及多学科的行业，要在一本书中将旅游规划这一系统工程阐述得很完善是难以做到的。

本书由李肇荣副教授、罗仕伟副教授主编，李肇荣负责全书的修改和总纂。各章的写作分工如下：绪论、第五章、第九章、第十章由李肇荣完成；第一章、第二章、第三章、第四章由罗仕伟完成；第六章由王昕完成；第七章由杨永德副研究员完成；第八章由潘建民博士完成。

书稿的文字输入打印和事务性工作由连云凯

讲师完成,广西旅游规划设计院、广西大学旅游科学研究所提供了大量资料和图表,中国财政经济出版社、广西旅游局、桂林旅游高等专科学校、重庆旅游学院给予了大力支持,秦芳珍教授、唐代剑教授对本书的写作进行了悉心指导并审阅了书稿,在此表示衷心的感谢。同时希望同仁们不吝赐教,以便修正和提高。

作 者

2005 年 4 月

目

录

绪 论	(1)
第一章 旅游资源的形成与特征	(25)
第一节 旅游资源的基本概念	(25)
第二节 旅游资源的形成	(29)
第三节 旅游资源的特征	(34)
第四节 旅游资源的分类	(40)
第二章 旅游资源类型	(48)
第一节 自然旅游资源	(48)
第二节 人文旅游资源	(63)
第三章 旅游资源调查	(74)
第一节 旅游资源调查类型与内容	(74)
第二节 旅游资源调查方法与程序	(83)
第三节 旅游资源调查报告的编写	(88)
第四节 旅游资源调查实例	(90)
第四章 旅游资源评价	(101)
第一节 旅游资源评价的内容	(102)
第二节 旅游资源定性评价	(106)
第三节 旅游资源定量评价	(112)
第四节 旅游资源评价实例	(122)
第五章 旅游资源开发条件	(129)
第一节 区位条件分析	(129)
第二节 旅游客源市场分析	(133)
第三节 旅游环境容量分析	(145)

第四节 旅游接待设施条件分析·····	(154)
第六章 旅游产品开发·····	(162)
第一节 旅游产品的基本概念·····	(162)
第二节 观光旅游产品开发·····	(169)
第三节 休闲度假旅游产品开发·····	(172)
第四节 文化旅游产品开发·····	(175)
第五节 生态旅游产品开发·····	(176)
第六节 旅游购物品开发·····	(179)
第七节 旅游线路设计·····	(181)
第七章 旅游资源开发中的环境保护·····	(186)
第一节 旅游环境保护与可持续发展·····	(186)
第二节 水体旅游资源保护·····	(191)
第三节 地貌旅游资源保护·····	(194)
第四节 生物旅游资源保护·····	(199)
第五节 人文旅游资源保护·····	(203)
第八章 区域旅游战略规划编制·····	(210)
第一节 区域旅游战略规划的可行性论证·····	(210)
第二节 旅游产业定位与战略目标·····	(213)
第三节 旅游管理体制与政策措施·····	(215)
第九章 景区旅游规划·····	(236)
第一节 山地景区旅游规划·····	(236)
第二节 河川、湖泊景区旅游规划·····	(249)
第三节 海滨、岛屿景区旅游规划·····	(257)
第四节 温泉景区旅游规划·····	(269)
第五节 民族民俗景区旅游规划·····	(276)
第十章 旅游规划的实施与管理·····	(288)
第一节 旅游规划的实施·····	(288)
第二节 旅游规划的修编·····	(294)
第三节 旅游规划的管理·····	(295)
主要参考文献·····	(300)

绪 论

开发旅游资源并使其能够得到永续利用,是人们普遍关心的一个发展问题。任何产业的发展都必须以科学发展观为指导,开发旅游资源、发展旅游业也必须以科学发展观为指导。什么是“发展”?人们认识它有一个逐渐深化的过程。20世纪50~60年代人们认为发展就是经济增长,大多数国家运用“发展=经济增长”的发展观,结果“GDP”虽然上去了,但由此导致的生态恶化、环境污染、社会不公乃至动乱等问题日益严峻,于是60年代末出现了“发展=经济增长+社会发展”的发展观。发展除了追求经济增长外,还需考虑经济增长的质量以及文化和社会的发展。这一发展观虽然比以前的认识有了很大进步,但由于还没有考虑到今天的发展还必须给子孙后代留出明天发展空间的问题,也被认为是不全面的。70年代人们又提出了“发展=合理+可持续”的发展观,如当时联合国斯德哥尔摩会议通过的《人类环境宣言》中就明确提出“持续增长”、“合理的持久的均衡发展”的概念,强调当代的发展要顾及后代的发展,主张实现保护地球生态系统基础上的、人与自然和谐相处的人类社会的永续发展。这一发展观的提出,标志着人类的发展观在多元性、全面性方面又向前迈进了一大步。80年代,德国经济学家佩鲁出版了他的新著《新发展观》,提出了“发展=以人为中心+社会综合发展”的发展观,使人们对发展的认识又进一步深化。2003年10月在党的十六届三中全会上,党和国家坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,从新世纪新阶段党的事业发展全局出发,正式提出了“坚持以人为本,树立全面、协调、可持续的发展观”,这是党和国家根据历史经验并总结人类对发展的认识得出的科学结论,称为科学发展观。研究任何发展问题都必须遵循科学发展观这一指导思想。

一、旅游资源在旅游业发展中的重要性

顾名思义,资源一般是指财富的源泉。资源在自然界和人类社会中是客观存在的,如自然界中的矿产资源、水力资源、森林资源、土地资源等,人类社会中的人力资源、技术资源、资本资源等。人们发现和认识如此众多的资源是有一个过程的。随着经济的发展和科学技术的进步,人们越来越多地发现和认识各种各样的资源,资源的使用价值也随着科学技术的进步和人们知识的积累而不断被再发现和再认识。一般来说,各种各样的资源总是通过人们的开发和利用,才能被更全面地发现和认识。

旅游资源是随着旅游业兴起而出现的新概念。至于什么是旅游资源,它的科学含义是什么,目前学术界有许多不同的认识、看法和表述,本书也有专门的论述。在这里我们只介绍目前学术界对“旅游资源”一词众多的不同认识、看法和表述的几个共同点,以便了解这一概念的本质特征。

首先,旅游资源是自然界和人类社会中客观存在并被认为是可以作为开展旅游活动的事物。旅游资源的出现是与人们旅游活动紧密相连的。当社会发展的程度还不能满足人们进行旅游活动时,不会有旅游资源这个概念。当社会发展到一定程度,社会上拥有了较多渴望旅游的人群时,人们就开始把旅游者所喜爱的、能吸引他们兴趣和思绪等的对象物,称之为“旅游资源”了。例如,自然界原有的山、水、湖泊、森林等,在人们从旅游角度去接触它们之前,它们就只是被当作自然的山、水、湖泊、森林,而不会有一个“旅游资源”的称谓。随着旅游活动作为社会的一种消费活动在人们生活中出现和扩展,旅游者数量增加,活动范围扩大,人们就会把更多的自然界和社会上的东西包括到旅游对象物中去,从而旅游资源的概念便产生了,包含的内容也扩大了。总之,自然界原已存在的山、水、湖泊、森林等,以及社会上已存在的事物,如一座寺院、一座桥梁、一座宫殿等,在旅游活动开展之前,它们只是单纯的山、水、湖泊、森林、寺院、桥梁、宫殿等,但在旅游活动开展起来后,它们成为众多游客游览观光的对象物和吸引物时,它们就具有了两重“身份”,它们既是山、水、湖泊、森林、寺院、桥梁、宫殿,又是旅游资源。由此可见,山、水、湖泊、森林、寺院、桥梁、宫殿等自然界和社会中客观存在的东西,并非天然或从来就是旅游资源,而是在一定的社会经济条件下才具有旅游资源的属性。

其次,旅游资源对旅游者具有特殊的效用。如前所述,当自然界和社会

中客观存在的事物成为众多游客观光游览的对象物和吸引物时，它就具有了旅游资源的属性而成为旅游资源了。而这个旅游资源之所以能够具有唤起人们的旅游动机，并诱发出人们的旅游活动的功能，是因为旅游资源具有特殊的使用价值和效用。

旅游资源多种多样，不同的旅游资源效用也不相同。即使是同一旅游资源，也能具有多种效用。对旅游者来说，海滩、森林、雪山、草地具有不同的吸引力，也就是不同的效用。同时，即使是它们各自的效用，在不同的时空上，对不同的旅游者，也是多种多样的。如雪山不仅可以被观赏，同时也可以作为冬季运动场地——可作为滑雪场，也可以作为登山场地，对科学工作者来说，还可成为科学考察的场所。因此，每一项旅游资源都对旅游者具有某种或某些特定的旅游效用。

第三，旅游资源对旅游者具有的一系列效用一般都是通过开发利用才形成的。能成为旅游对象物的旅游资源，一般都是经过开发的，包括景区、景点、景物本身的修建、装饰、美化等，以及为旅游者创造观光游览的必要条件，如修筑道路、解决游客的食宿设施等。应该说，没有这些基本的开发，旅游资源就不能被游客观赏，甚至还不能让游客接触。

当然，在不同的历史发展时期，作为旅游资源开发的主体是不相同的。在我国近代以前，在旅游活动还仅限于文人墨客等少数人享有时，旅游资源开发的主体有的是当地政府，有的是当地士绅或居民捐助，有的则是当地的庙宇寺院等。他们开发的目的是不尽相同，例如，当地政府投资开发，用以显示自己的政绩；当地士绅开发，用以显示自己的开明和身份；当地居民捐助开发，以求方便游人、保护祖业；庙宇寺院开发，以求吸引更多的香客。经过各种开发者的开发，游客才有机会和条件去观光游览。当旅游进入现代发展阶段后，旅游活动日益普及，旅游者对旅游地和旅游对象物的要求也越来越高。与此相适应，旅游开发主体也发生了很大变化，除了政府投资、社会捐助等方式外，更多的是以赢利为目的的旅游经营商的开发了。不过，开发主体的不同和变化，并未改变旅游资源都是经过开发后才成为旅游对象物这一问题的本质。

第四，旅游资源是发展变化的。从旅游资源的数量上来说，随着经济社会的发展和旅游业的发展，可被利用作为旅游对象物的旅游资源的数量是不断增加的。这是因为科学技术的进步增强了人们认识和利用自然界的能力，拓展了旅游资源的领域，从而使旅游资源不断增多。如，南极终年冰冻，气

候寒冷,在过去交通条件很差的情况下,一般旅游者是难以去的,只有极少数的探险家才有可能到达。随着交通条件的变化和各种设备的完善,去南极变得相对容易了。可以预料,今后去南极的人将会增加,在诸多条件具备的情况下,南极将成为旅游者的目的地。同样道理,我国 18000 公里的海岸线的沙滩、海面 and 海底,雅鲁藏布江大峡谷,以及人迹罕至的大片原始森林,也将成为旅游者的目的地。在旅游资源数量变化的同时,旅游资源的质量和内涵也在不断变化,如博物馆、展览馆等是一种旅游资源,它们所展出的展品可以发生变化,增加历史价值、艺术价值高的展品,使该项旅游资源质量得到提高;许多原有的旅游资源经过发掘其文化内涵,提高其文化品位,也是一种质量的提高。此外,提高博物馆、展览馆内的设施水平和讲解人员的素质,也可以使该项旅游资源的质量得到提高。

最后,旅游资源分布上具有明显的地域性。旅游资源分布极为广泛。一般说来,地域上的不同,会形成特色不同的旅游资源。海滩总是依偎着大海,峻岭也总是在群山之中,猎场大多在森林和草原地区,各种各样的花草树木也总离不开它生长的特殊环境。在热带地区见不到雪松,而在寒带地区也见不到森林,如此等等。社会人文方面的旅游资源也有地域性,因为地域不同,人们的劳动方式、生活条件也就不同,使得人们的生活习惯也就不同。如,草原上的居民擅长骑马,喜欢喝奶茶;而海边的渔民则擅长驾船,喜吃鱼虾;云南西双版纳的居民住的是竹楼,而内蒙古草原的居民住的则是蒙古包。如果把这些民间习俗作为旅游资源,那么,它们自然也带有浓郁的地域性。有不少旅游景点,在不同地域之间好像是相同的,没什么差别,如许多地方都有博物馆,作为博物馆好像都是相同的。但是,如仔细观察,不同地区的博物馆所陈列的展品往往是带有地域性的。如,陕西临潼的秦兵马俑博物馆就完全不同于甘肃敦煌莫高窟博物馆。正是由于这些地域上的差异性而引起的旅游资源特色的差异性,适应了众多旅游者求新、求异的心理需求,才吸引了不同地域的旅游者的跨地域的旅游活动,从而使不同地域的旅游业得以发展和兴盛。

通过以上论述,我们可以看到旅游资源对旅游业发展的重要性。

旅游业是借助于旅游资源的存在而建立起来的,是借助于旅游资源对旅游者具有的特殊效用和旅游资源明显的地域性而建立和发展起来的。旅游业服务的对象是旅游者,而旅游者的旅游活动又是由旅游资源所引起的,没有旅游资源就没有旅游者的旅游活动;而没有旅游者的旅游活动,也就没有旅

游业的服务。从这个意义上,我们可以把旅游资源对旅游业发展的重要作用概括成一句话,那就是:旅游资源是旅游业建立和发展的基础与前提,没有旅游资源也就没有旅游业。

应该指出,不能简单理解上述旅游资源对旅游业发展重要性的表述。要全面理解旅游资源是旅游业建立和发展的基础与前提,没有旅游资源也就没有旅游业的含义,还应该把握以下几点:

(1) 在具有旅游资源的情况下,旅游资源的数量、品级和组合状况等对一国一地旅游业的发展有着直接的影响,特别是那些具有垄断性旅游资源的地方,由于对旅游者具有强大的吸引力,建立旅游业就较为容易,旅游业发展也比较迅速。

(2) 对旅游资源贫乏、旅游资源等级不高、对旅游者缺乏吸引力的地区来说,建立和发展旅游业当然会受到一定限制,但也不是绝对不能发展旅游业的。世界上有的国家和地区虽然旅游资源贫乏,但经过人们的大胆探索,积极创造,开发建设,增加特色,吸引游客,旅游业也可以建立并发展起来。如,我国香港特别行政区的旅游业和新加坡的旅游业就是比较典型的例子。

(3) 旅游资源不是旅游产品,资源优势也不等于产业优势,要使旅游资源转化为旅游产品,旅游资源优势转化为旅游产业优势,还需要经过一个旅游开发的过程,这是一个“市场调研→资源评价→产品设计→项目建设→设施配套→产品形成→经营管理”的技术经济活动过程,没有很好地实施这个过程,只有丰富的旅游资源,旅游业是发展不起来的。

二、旅游与旅游规划

(一) 旅游

旅游是旅游资源开发与规划课程的基本概念,国内外专家学者对旅游下的定义很多,比较权威的定义应该是世界旅游组织的定义了。

按照世界旅游组织和联合国统计委员会的定义(简称 WTO1995 定义),旅游是“人们为了休闲、商务和其他目的,离开它惯常的环境,到某些地方去及在那些地方停留的活动”。该定义为了统计上的鉴别还确定了这种在外地的暂停留“不超过一年”的标准,同时指出“访问的主要目的不应是通过所从事的活动从访问地获取报酬”。这就是说,一个人到外地任聘、定居、工作或学习,不属于旅游。

WTO1995 定义还强调旅游是离开惯常环境的旅行。所谓惯常环境,是指一个人的主要居住地区以及所有常去的地方。这一概念包括“常去”和“距离”两个方面。对于一个要乘坐铁路列车通勤的职工,每天上下班可能距离很远,但他并没有离开自己的惯常环境;而离一个人居住地很近的地方,即使他很少去,也属于他的惯常环境。虽然惯常环境对于不同国家和地区、不同的人有不同的标准,但从统计的角度仍须有一个可以操作的范围,世界旅游组织对此有详细规定可供参考。

由此,我们一般可以这样理解:旅游是人们为了观光、游览、休闲、度假等目的,离开常住地到另一地区去旅行、游览等活动的过程。因此,凡为观光、休闲、宗教、交往、集会、采风、健身、求知、猎奇、购物及其他特殊爱好等目的,而去异国他乡的活动现象均属旅游。

当我们一般地知道了旅游概念的基本含义后,为了更全面地把握这一概念的实质,还应了解以下两点:

(1) 旅游活动的产生。旅游活动不是从来就有的,而是人类历史发展到一定阶段上的产物。特别是作为一种普遍的社会现象,旅游的出现是有条件的,即要视个人可自由支配的收入水平和闲暇时间而定。一般说来,社会生产力越发展,经济越繁荣,这些条件越充分,旅游活动才能更大规模地开展起来。

(2) 旅游活动的性质。旅游活动就其活动内容来说,主要是一种社会经济文化活动。说它是一种经济活动,是因为在旅游活动过程中,旅游者总是要与社会的诸多方面发生经济上的联系和关系,如通过货币交换来获得食、住、行、游、购、娱等方面的需求。除此之外,某些旅游活动本身就具有经济的内容,如商务旅游等。说它是一种文化活动,是因为旅游活动大都具有丰富的文化内容。如到大自然中去欣赏美景,还是去历史古迹胜地发怀古之思,抑或去博物馆增长见识等等,无不有着深厚的文化内涵。虽然旅游活动既具有经济活动性质,又具有文化活动性质,但二者相比,文化活动则是基本的和主要的。对绝大多数旅游者来说,虽然不能避开旅游活动中经济方面的行为,但他们一般都不是把经济行为看作旅游活动的目的,他们只是把经济行为看成是旅游活动的一种条件。他们的旅游活动主要还是文化活动。

从人们的消费角度来说,旅游活动也主要是一种文化生活消费。众所周知,人们的生活消费有物质生活消费和文化生活消费,在现实生活中,二者是很难截然分开的。但是,在一定的社会经济条件下,就其生活的具体内容

而言，还是可以相对地将两种消费划分开的。这种划分，一方面可让人们更深刻地分析生产对消费的作用，生产的发展变化会给人们的消费带来什么样的变化；另一方面，从人们的消费角度来看，可以更深刻地分析人们的消费结构、消费内容和消费水平。

（二）旅游规划

旅游活动作为一种社会现象的存在，必然导致旅游业的产生，而谋求旅游业健康发展，就需要进行旅游规划。

“规划”一词有“谋划”、“筹划”、“全面的长远的发展计划”等多种含义，它与不同的主词搭配就具有完全不同的内涵，如行业规划、用地规划、结构调整规划等。每个行业、每个部门都要编制本行业、本部门的发展规划，旅游业也不例外。

1. 旅游规划的概念。

旅游规划就是以旅游市场导向为出发点，按照国民经济发展要求和当地旅游业发展基础，以旅游项目设计为重点，对旅游消费中的食、住、行、游、购、娱等六大要素发展及相关行业发展进行科学安排和部署。规划范围可分国家、省、市、县和旅游区，时间可分为5年、10年、20年。

旅游规划同旅游计划既有联系又有区别，主要表现在：

（1）旅游规划是一个地区在较长时间内旅游业发展总方向、目标、主要旅游项目布置和重大措施等的蓝图，是宏观调控的依据；旅游计划相对而言时间较短，多以年计，内容更为具体。

（2）旅游规划是战略性方案，是旅游发展的有关方针、政策在实践中的全面体现；旅游计划则是根据规划做出的具体实施的部署。

2. 旅游规划的意义。

旅游规划的制定与实施有着非常重要的意义，主要表现在：

（1）保证旅游发展的有序性，避免发展中的盲目性。从规划的依据上说，一个地区旅游规划的制定是建立在全国与当地国民经济与社会发展基础上的，它受国民经济和社会发展规划的制约并与其相适应。从规划的时间上说，首先要制定长期旅游发展规划，之后再制定中、短期旅游发展规划，而后者应该以长期规划为依据，不能离开长期规划的制约。从地域上说，一般也是要先制定全国旅游发展规划，之后再制定省、市、县、旅游地、旅游参观点的旅游发展规划，而后者也是以前者为依据，受其制约。从规划功能上说，首先要制定旅游发展战略规划，之后再制定旅游发展总体规划和旅游参

观点规划,后者也要以前者为依据,并受其制约。这样,一个地区的旅游业发展就同全局的、长期的、战略的发展联系起来,从而保证了旅游业发展的有序性,避免了彼此脱节的盲目性。

(2) 保证旅游业和相关行业相互配合、协调发展。旅游业是一个关联性极强的产业,其特点之一就是它与许多部门和行业都有着密切的关系。其中有关的主要部门和行业包括:交通运输业、邮电通讯业、商业和服务业、供水供电供气业、饮食和娱乐业、医疗保健业以及农林牧业等。如果这些部门和行业不能与旅游业协调发展,旅游业的发展就会寸步难行。而要解决这个问题,就要通过制定旅游规划、统筹安排才能加以解决。

(3) 保证旅游资源更有效的利用和结构上的合理性。我国旅游资源极为丰富,可以开发和利用的旅游资源多。但是从投入产出的角度看,旅游资源有一个有效利用问题。在一定地域、一定时期中,旅游资源不是开发得越多越好。旅游资源开发利用偏少,不能构成对旅游者更大的吸引力,不能满足旅游者的需求,会造成对旅游业发展的阻碍。但是,超越旅游发展的需要也会导致所开发的旅游资源的闲置。虽说旅游资源的开发应有一定的超前性,以便使旅游发展有较大后劲,但也不应超过一定限定。因此,为保证旅游资源的有效利用,必须根据旅游发展的现状和今后发展趋势,做好旅游规划工作。

旅游资源的有效利用与旅游资源的合理结构密切相关。旅游资源的类别很多,在一定地域和一定时期中,旅游资源还存在着一个结构问题。旅游资源结构合理,就可以使旅游资源得到有效利用;反之,结构不合理,就必然得不到有效利用。例如,全国的许多旅游资源趋同化,缺乏本地特色,游客在甲地游览观赏过某一旅游产品后,到乙地时就不愿意再去看相类似的项目了;反之,在乙地游览观赏过的,到甲地也不愿再看相同的了。这样,不论是甲地还是乙地,其类同的项目都未能得到有效利用。因此,要使旅游资源保持一个合理的结构,就需要制定相关的旅游规划。

(4) 保证旅游业的可持续发展。旅游业是一个依靠自然与人文资源建立起来的产业,保护旅游资源及其周围的环境,并使其能得到持续利用,是旅游业得以可持续发展的关键。为此,对一些旅游资源的开发必须做好规划,使其有计划、有步骤地进行;对一些已被开发利用的旅游资源,为了使其不至于在利用过程中过度消耗而被破坏,也必须制定出保护规划,以保证其可持续发展。

3. 旅游规划的类型。

旅游规划实践在我国的历史不长,因而各种规划的名称极不统一。根据中华人民共和国国家标准《旅游规划通则》规定,旅游规划可分为以下几种类型:

(1) 旅游业发展规划。旅游业发展规划按规划范围和管理层次分为全国旅游业发展规划、区域旅游业发展规划和地方旅游业发展规划。地方旅游业发展规划又可分为省级、地市级和县级旅游业发展规划。地方各级旅游业发展规划均依据上一级旅游业发展规划,并结合本地区实际情况进行编制。

旅游业发展规划包括近期发展规划(3~5年)、中期发展规划(5~10年)和远期发展规划(10~20年)。

旅游业发展规划的主要任务是明确旅游业在国民经济和社会发展中的地位和作用,提出旅游业发展目标,优化旅游业发展的要素结构与空间布局,安排旅游业发展的优先项目,促进旅游业持续、健康、稳定发展。

(2) 旅游区规划。旅游区规划按规划层次分,可分为总体规划、控制性详细规划和修建性详细规划。

旅游区在开发、建设之前,原则上应当编制总体规划。小旅游区可直接编制控制性详细规划。总体规划的期限一般为10~20年,同时可根据需要对旅游区的远景发展作出轮廓性的规划安排。对于旅游区近期的发展布局和主要建设项目,亦应作出近期规划,期限为3~5年。总体规划的任务是分析旅游区客源市场,确定旅游区主题形象,划定旅游区用地范围及空间布局,安排旅游区基础设施建设内容,提出旅游区近期建设规划并进行重点项目策划,提出开发措施并进行总体投资分析。旅游区总体规划的成果要求:一是规划文本;二是规划图件,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、功能分区图等其他专业规划图和近期建设规划图等;三是附件,包括规划说明和其他基础资料等。

在旅游区总体规划指导下,为了近期建设的需要,可编制旅游区控制性详细规划。其任务是以总体规划为依据,详细规定区内建设用地的各项控制指标及其他规划管理要求,为区内一切开发建设活动提供指导。控制性详细规划的主要内容是:详细划定规划范围内各类不同性质用地的界线;规定各类用地内适建、不适建或者有条件地允许建设的建筑类型;规划分地块规定建筑高度、建筑密度、容积率、绿地率等控制指标,并根据各类用地的性质