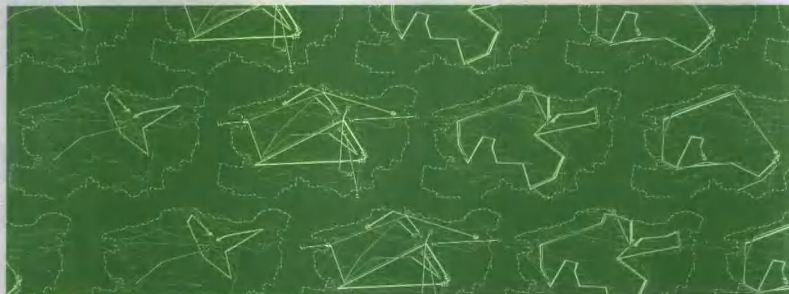


国家自然科学基金 (NSFC)
资助第50478102项

城市旅游规划原理

Urban Recreation and Tourism Planning Studies

吴志强 吴承照 著



中国建筑工业出版社
CHINA ARCHITECTURE & BUILDING PRESS

城市旅游规划原理

Urban Recreation and Tourism Planning Studies

吴志强 吴承照 著

Wu Zhiqiang Wu Chengzhao

中国建筑工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

城市旅游规划原理/吴志强,吴承照著. —北京:中国建筑工业出版社, 2005

ISBN 7-112-07398-7

I. 城... II. ①吴... ②吴... III. 城市—旅游经济—经济规划 IV. F590.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 043134 号

责任编辑: 郑淮兵

责任设计: 董建平

责任校对: 李志瑛 张虹

城市旅游规划原理

Urban Recreation and Tourism Planning Studies

吴志强 吴承照 著

Wu Zhiqiang Wu Chengzhao

*

中国建筑工业出版社出版、发行 (北京内郊百万庄)

新华书店经销

北京中科印刷有限公司印刷

*

开本: 880 × 1230 毫米 1/16 印张: 15 1/4 稿纸: 2 字数: 474 千字

2005 年 8 月第一版 2005 年 8 月第一次印刷

印数: 1—3000 册 定价: 40.00 元

ISBN 7-112-07398-7

(13352)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

本社网址: <http://www.china-abp.com.cn>

网上书店: <http://www.china-building.com.cn>

前 言

城市旅游发展历史悠久,但真正的城市旅游研究在国际上也是20世纪80年代以后才逐渐引起关注的,目前国际上对城市旅游的研究主要集中在6个方面:理论与概念发展、需求与供给、旅游行为、管理、规划与政策、模型与预测等。与国外相比,我国在城市旅游研究领域基本与其同步。20世纪90年代我国学者相继发表一系列关于城市旅游研究方面的论文,内容涉及到资源、行为、市场、空间、RBD、产品、形象、经营、管理、策划、开发、规划、设计等诸多方面。伴随城市旅游规划热潮的来临,很多学科都积极参与城市旅游规划实践,积累了丰富的实践经验,也面临很多现实问题的挑战,本书是在郑州市旅游发展总体规划基础上经过2年来的思考写成的。

全书分4篇:规划理论与方法,战略与空间布局,产品、形象与产业,规划实施与调控等。

第1篇规划理论与方法共6章,试图解释清楚城市旅游规划的性质、任务、作用、目标、原理、方法、成果等。关于城市旅游规划对城市发展的作用,魏小安先生在《郑州市旅游发展总体规划》评审会上的讲话比较有代表性,他认为旅游业是个“发动机”,是一个动力产业;不是简单的先导产业或支柱产业;城市旅游规划发挥4项功能:统一认识、凝聚力量、树立形象、推动发展。

第2篇战略与空间布局共4章,在总结了欧洲城市游憩与旅游空间布局特点的基础上,探讨了城市旅游与游憩的空间单元、空间结构与空间发展规律。

第3篇产品、形象与产业共5章,从市场、产品、形象、产业、营销等5个方面分析了城市旅游发展的“软件工程”与规划策略。

第4篇规划实施与调控共2章,从旅游影响调控与规划实施两个方面探讨城市旅游可持续发展的对策以及规划实施的保障措施。

城市具有基本功能、提高功能和高级功能,城市文化、品牌、知名度、影响力、魅力等是城市高级功能的体现。旅游是城市的一种高级功能,大量旅游者来城市观光游憩体验、休闲度假,是城市高级功能的实现;旅游的流动性与精神需求对城市环境、城市空间、城市规划提出了更高的要求,道路交通等基础设施必须考虑旅游流的需求。

中国旅游业发展日新月异,新的问题不断出现,理论总是滞后于实践,这是中国旅游研究的现实。一边是国民巨大的户外游憩与旅游需求,一边是薄弱的研究成果,中间是红红火火的旅游产业与旅游规划实践,供不应求、供非所求、供求错位、资源破坏、投资浪费、土地浪费,呼声不绝于耳。如何建立资源节约型的中国旅游发展模式,实现旅游业可持续发展,是规划师良心与道德的诉求与责任,是社会的期望,是我们坚持不懈的奋斗目标。

在此我们要感谢郑州市旅游发展总体规划组的所有成员和郑州市旅游局及有关部门的领导专家们的支持,特别感谢承担课题指导与专题研究的数位教授:董鉴泓、阮仪三、徐循初、吴东明、殷正声、上官世荣、周卫红、本·西格尔斯(德)、王鲁民等,由于他们多年的工作实践经验与智慧的思想,使得这次规划在理论与实践两个方面都取得了丰硕的成果。同时要特别感谢规划评审组的16位专家:崔功豪、魏小安、郭来喜、王恩涌、杨锐、周建明、王兴斌、王兴中、田里、雷翔、赵万良、王鲁民、单远燕、李水文、平玉峰、陈玉章等,他们的真知灼见使我们对一些问题的认识更进一步,也促进我们对城市旅游规划认识论、方法论的探讨。研究生林蕊、徐杰、段慧云、杨燕、金玮琛协助绘制规划图,在此表示感谢。

Preface

Urban recreation and tourism has a long history, however, whose research was updated to 80s in 20th century all over the world. Presently concentrations on the research of urban recreation and tourism mainly includes 6 aspects: the development of conception and theory, demand and supply, activities of recreation and tourism, administration, planning and policies as well as modeling and forecast. We are keeping pace with the foreign in this field now. Many experts internal published a number of presentations on urban recreation and tourism concerning resources, activities, market, space, RBD, products, images, management, administration, conceiving, exploration, planning and design. Besides, many subjects are participating in the practice of urban recreation and tourism, getting along with some challenge and experience. This book is shaped on the basis of planning of recreation and tourism in ZhengZhou city and 2-years' conception.

This book includes 4 parts: theory and methodology, special strategy and layout, product, image and industry, implementation of planning and evaluation .

The first part includes 6 chapters trying to interpret characters, tasks, functions, destinations, principle, methodologies, results. Wei xiaoan regarded the tourism as an engine in the speech of site planning of recreation and tourism in ZhengZhou city , a dynamic industry not just a simple supporting industry. He took the view of planning of urban tourism which ought to bring 4 functions into play—unified cognition, agglomerating power, setting up images and accelerating development.

The second part contains 4 chapters, mainly discussing the spatial units, structure and principle of urban recreation and tourism and recreation on the conclusion of that in western countries.

The third part is of 5 chapters with the analysis of “software projects” and planning strategy in terms of market, products, image, industry, and distribution.

The fourth part consists of 2 chapters discussing sustainable development of urban recreation and tourism and measures of implementation of planning through the arguments of tourism impact evaluation and carrying out of the planning.

Urban has three functions: essential, elevated and advanced functions. The culture, brand, repute and influence of an urban city is an expression of advanced function. Tourism is an advanced function of urban with the realization of large quantities of visitors whose mobility and mental demands calls for higher planning of urban city. For example, roads need to take traveling flow into account.

Lots of new questions and problems are springing up in the process of research of recreation and tourism. Great demands of recreation and tourism, juvenilities of research and the growing industry do not go well along with each other. Therefore, to set up a new style of development of recreation and tourism and keeping sustainable development are destinations as well as responsibilities of us.

Finally, I want to thank the team of recreation and tourism planning of ZhengZhou city, authorities of the tourism bureau and other departments: Dong jianhong, Ruan yisan, Xu xunchu , Wu dongming, yin zhengsheng , Shang guanshishen, Zhou weihong, Ben. Sigles, Wang luming, we should especially admire and send our acknowledgments to these experts. It was their wisdom and practice experiences that made the best achievements of theories and practice by this planning.

Meanwhile, we also want to send our acknowledgments to the members of expert-team below: Cui gonghao, Wei xiaoan, Guo laixi, Wang enyong, yang rui, Zhou jianming, Wang xinbin, Wang xingzhong,

Tian li, Lei xiang, Zhao wanliang, Wang luming, Dan yuanmu, Li yongwen, Ping yufeng, Chen yuzhang.
It was their wisdom that make us more deeply thinking the theories of cognition and methodology of urban recreation and tourism planning.

Same acknowledgments to graduates: Lin xuan, Xu xiang, Duan huiyun who devote themselves to the maps of planning.

By Wu Zhiqiang Wu Chengzhao

2005. 6. 18

目 录

第1篇 规划理论与方法

第1章 城市旅游与旅游城市	3
1 城市的旅游功能	3
2 城市旅游与都市旅游	4
3 旅游城市与国际旅游城市	7
4 中国优秀旅游城市与最佳旅游城市	9
5 中国城市旅游的特点	10
6 20世纪90年代以来欧洲城市旅游需求与营销	11
第2章 城市旅游规划的性质	25
1 城市旅游规划的分层	25
2 城市旅游规划的分类	25
3 城市旅游规划的作用	26
4 从感性规划走向数字规划	26
第3章 城市旅游规划的原则	30
1 以人为本	30
2 因城而异	30
3 产业一体化	30
4 区域一体化	30
5 能动性	31
6 可持续发展	31
第4章 影响城市旅游规划的因素	32
1 城市性质与规模	32
2 城市与区域经济发展水平	32
3 城市环境与交通	32
4 城市事件	32
5 城市与景观规划设计	41
6 城市经营与管理水平	42
7 城市旅游资源	42
郑州市旅游资源评价案例	44
第5章 城市旅游规划基本理论	51
1 城市竞争力理论	51
2 经济发展理论	51
3 闲暇游憩理论	51
4 城市资源理论	52
5 生命周期理论	52

第6章 城市旅游规划方法	54
1 技术路线	54
2 规划方法	54
案例分析——郑州市旅游发展规划中 SWOTS 分析	56
3 规划成果	65
第2篇 战略与空间布局	
第7章 西欧城市旅游规划的特点与经验	71
1 英国游憩中心地 (Recreation Center) 发展历史	71
2 西欧城市游憩规划历史理论与方法	73
3 欧洲城市旅游规划历史与特点	79
第8章 城市旅游发展战略	82
1 指导思想	82
2 战略框架	82
3 问题辨识	82
4 城市水游憩战略	87
5 城市遗产游憩利用战略	97
第9章 城市旅游发展的空间模式	123
1 城市旅游空间的基本单元	123
2 城市旅游发展的空间模式	124
3 城市旅游空间的理想模式	126
4 大城市环城游憩带与游憩中心地	126
5 城市 RBD 的结构与形态	144
第10章 城市旅游发展的空间布局	154
1 空间布局的三种模式	154
2 空间布局的基本方法	155
郑州市旅游发展战略案例分析	155
第3篇 产品、形象与产业	
第11章 产品开发的市场分析法	173
1 市场调查	173
2 市场定位	173
3 市场细分	173
4 市场策划	173
5 市场规模预测	174
郑州市旅游市场案例分析	174
第12章 城市旅游产品规划	188
1 城市旅游产品形态的构成	188
2 城市旅游产品的特点	188
郑州市旅游产品规划案例分析	189
第13章 城市旅游形象设计	191
1 影响城市旅游形象的要素	191
2 城市旅游形象的特点	191

3 城市旅游形象的形成机制与识别	192
4 城市旅游形象的评价	193
5 城市旅游形象的景观基础与城市规划	193
6 城市旅游形象的设计理论与方法	193
郑州市旅游形象策划案例	194
第14章 城市旅游营销策划	199
1 促销材料	199
2 广告宣传	199
3 销售渠道及策略	200
第15章 城市旅游产业规划	201
1 旅游产业系统的构成	201
2 服务设施规划	201
3 旅游购物业与购物设施发展规划	211
4 旅行社业发展规划	214
5 人力资源开发与培训	216
6 管理体制规划	216
7 管理法规模体系规划	220
第4篇 规划实施与调控	
第16章 城市旅游影响调控	223
1 城市旅游的可持续发展	223
2 旅游业的经济影响与调控	223
3 旅游业的社会文化影响与调控	224
4 旅游业的环境影响与调控	225
5 旅游业对城市发展的影响与调控	225
第17章 城市旅游规划实施	227
1 旅游规划实施途径	227
2 规划实施原则	227
3 规划实施计划	227
4 规划实施机制	228
5 规划实施融资	228
6 规划实施政策建议	229
附：调查表格	230
主要参考文献	232

Contents

Part I The theories and methodologies of Urban Recreation and Tourism Planning

Chapter 1 Urban Tourism and Tourism City	3
1. Tourism functions of cities	3
2. Urban tourism and metropolitan tourism	4
3. Tourism city and international tourism city	7
4. Excellent tourism city and optimal tourism city	9
5. Characteristic of tourism in cities of China	10
6. Tourism demand and marketing of Euro-cities from 1990s	11
Chapter 2 Characters of Urban Recreation and Tourism Planning	25
1. Delamination of urban recreation and tourism planning	25
2. Classification of urban recreation and tourism planning	25
3. Function of urban recreation and tourism planning	26
4. Thinking from perceptual tourism planning to digital tourism planning	26
Chapter 3 Principles of Urban Recreation and Tourism Planning	30
1. Serving people essentially	30
2. Differences in cities	30
3. Integration of industries	30
4. Integration of regions	30
5. Mobility	31
6. Sustainable development	31
Chapter 4 Factors Affecting Urban Recreation and Tourism Planning	32
1. Characters and size of city	32
2. Urban economy and regional development level	32
3. Urban environment and traffic	32
4. Events in city	32
5. Urban landscape planning and design	41
6. Tourism resources in city	42
The case of tourism resources evaluation of Zhengzhou city	44
Chapter 5 Theories of Urban Recreation and Tourism Planning	51
1. Theory of urban competitive	51
2. Theory of economic development	51
3. Theory of leisure and recreation	51
4. Theory of urban resources	52
5. Theory of life cycle	52
Chapter 6 Methods of Urban Recreation and Tourism Planning	54
1. Technique line of tourism recreation and planning	54

2. Methods of recreation and tourism planning	54
Case analysis-SWOTS of tourism planning of Zhengzhou city	56
3. Modality of recreation and tourism planning	65

Part II Strategy and Spatial Layout

Chapter 7 Characteristics and Experiences of Recreation and Tourism

Planning in Western Europe Cities

1. History of development of recreational centers in UK	71
2. Theories and methods of recreation planning of western Euro-cities	73
3. History and character of tourism planning of Euro-cities	79

Chapter 8 Strategies of Urban Recreation and Tourism Development

1. Instructional conception	82
2. Strategical frame	82
3. Question discerning	82
4. Urban water recreation and tourism strategy	87
5. Recreation and tourism strategy of urban heritages	97

Chapter 9 Spatial Patterns of Urban Recreation and Tourism Planning

1. Basic units of recreation and tour space	123
2. Spatial patterns of recreation and tourism	124
3. Ideal spatial patterns of recreation and tourism	126
4. Recreation belt and recreation centers around large cities	126
5. Spatial structure of urban RBD	144

Chapter 10 Spatial Layout of Urban Recreation and Tourism Development

.....	154
1. Three patterns of spatial layout	154
2. Methods of spatial layouts	155
Cases-Analysis-tourism strategies research of Zhengzhou city	155

Part III Products Image and Industries

Chapter 11 Market Analysis of Recreation and Tourism Product

Development

1. Market investigation	173
2. Market orientation	173
3. Market subdivision	173
4. Market programming	173
5. Tourists forecasting	174
Analysis of cases-recreation and tourism market studies of Zhengzhou city	174

Chapter 12 Development Planning of Urban Recreation and Tourism

Products

1. Conformation of recreation and tourism products	188
2. Characters of recreation and tourism products	188
Analysis of cases-recreation and tourism product development of Zhengzhou city	189

Chapter 13 Designing of Urban Tourism Image

1. Factors affecting urban tourism image	191
--	-----

2. Characters of urban tourism image	191
3. The formation mechanism and discerning of tourism image	192
4. Evaluation of urban tourism image	193
5. Relationship between tourism image and Landscape or urban planning	193
6. Theories and methods in designing tourism image	193
Cases-tourism image design of Zhengzhou city	194
Chapter 14 Industry Planning of Urban Recreation and Tourism	199
1. Tourism industries system	199
2. Service facilities planning	199
3. Shopping facilities planning	200
Chapter 15 Industry Planning of Urban Tourism	201
1. Tourism industries system	201
2. Service facilities planning	201
3. Shopping facilities planning	211
4. Travel agencies planning	214
5. Human resources planning	216
6. Administrative system planning	216
7. Administrative law system planning	220

Part IV Tourism planning Implementation and evaluation

Chapter 16 Evaluation of Urban Recreation and Tourism Impact	223
1. Sustainable development of urban recreation and tourism	223
2. Evaluation of economic impact	223
3. Evaluation of social and cultural impact	224
4. Evaluation of environmental impact	225
5. Tourism impact of urban development	225
Chapter 17 Implementation of Urban Recreation and Tourism Planning	227
1. Implementation approaches of recreation and tourism planning	227
2. Planning implementation principles	227
3. Planning implementation programs	227
4. Planning implementation mechanism	228
5. Planning implementation financing	228
6. Policy proposals of planning implementation	229
Appendix: Investigation forms	230
Bibliography	232

第 1 篇

规划理论与方法

第1章 城市旅游与旅游城市

1 城市的旅游功能

城市作为地球表层一种基本的地域类型，以人口集中、产业集中、社会活动集中为特征，是人类文明的中心。由于地理环境的差异、地方文化的差异和经济发展水平的差异，使得地球上的城市各不相同、千差万别，表现出丰富多彩的城市文化，经济联系与文化差异是城市间人口流动的基本动力。城市人流基本可分为4类：居民出行（上班、购物、上学、休闲娱乐等）、外来者业务出行（会议、商务、办公等）、访问者旅游出行、过境者出行等。旅游流是城市人流的重要组成部分，一些重要的旅游城市旅游人数超过城市居民数。旅游与城市是什么关系？旅游业在城市各类产业中居于什么样的地位？对于这两个问题的回答也只能用四个字：因城而异。

城市功能可以分为三个层次：基本功能、提高功能和高级功能。基本功能是城市的生活、生产和居住功能，是辐射到周边区域的一个服务中心，像是一个交换物品和服务的市场或者重要场所；提高功能是城市经济、社会文化的辐射功能，是城市对外经济交往的功能，是城市发展到一定阶段参与国际国内竞争的必要功能，能吸引大量因为商务（包括行政）、购物以及其他原因而从远途赶来的游客，其中会展商贸功能是城市提高功能的重要组成部分；高级功能是城市最高层次追求，城市文化、品牌、知名度、影响力、魅力等是城市高级功能的体现，使城市能吸引大量旅游者来观光游憩、体验、休闲度假。由此可以看出旅游是城市的高级功能。

至少从20世纪70年代开始，城市日益处于竞争环境中，全球化与分散化效应导致很多城市中心边缘和贫民区出现了衰退，城市需要一些新的活动来提供新的就业机会，促进贫民区物质环境的更新。旅游业日益承担这方面的作用，而城市本身也具有发展旅游业的基础——拥有历史建筑、运动和文化事件等旅游吸引物。当然旅游业

也不是解决所有问题的万能药，仅仅是措施之一。

旅游投资促进设施、活动、物质环境的发展，这对地方社区和城市发展是非常有益的。城市营销、形象促销、城市广告以及各类活动的经营都有助于城市形象和知名度的提高。内城区通过文化、运动和娱乐功能的开发与拓展，重塑适宜居住的环境和良好的生活方式，吸引中产阶级回归和访问者的到来。旅游消费提高地方居民的收入，增强居民的自豪感，使居民更加积极地关爱环境。

对城市发展旅游业存在4种不同的消极认识：一种认为城市应以工业为本，旅游业是不可靠的；二是认为旅游业只能提供低报酬、季节性就业机会；三是认为旅游者挤占地方居民的设施，一些专门设施如购物商店不是地方居民所需要的；四是旅游业加速城市拥挤，增加了城市管理成本。事实证明这些观点是不正确的，对城市旅游发展的认识经历了宣传单、报纸广告到目标市场、城市产品以及现在的城市战略的过程。

对于一个城市，凭借其自身的资源，通过传统简单的方式如宣传单、报纸广告等就可以吸引旅游者，这是过去对城市资源最好的利用方式，但是现有的资源基础和经营方式难以保持城市旅游的可持续增长。要实现城市旅游的可持续发展，就必须制定城市旅游战略。英国在20世纪80年代末开始制定城市旅游者战略。1987年伯明翰（Birmingham）市发展部制定了一项行动计划和战略文件（10年后证明仍然不过时），提出城市发展的艺术战略、遗产战略、博物馆战略、会展业战略以及综合经济发展计划。格拉斯哥（Glasgow）城市规划部在20世纪80年代早期就开展旅游发展研究，80年代末向市政府提交了格拉斯哥市旅游发展战略报告。根据这项报告，1995~1999年实施了5年旅游战略与行动计划。与此同时格拉斯哥城市委员会、开发局和旅游局共同制定了2001~2006年旅游发展计划，其中

的关键目标包括吸引更多访问者、延长逗留时间、鼓励更多的消费、创造就业机会与质量、吸引旅游投资、促销城市等。

城市要为居民、商务者、访问者提供适宜的环境。

2 城市旅游与都市旅游

2.1 城市旅游的界定

城市有各种各样的分类方法,按性质可分为政治城市、商业城市、文化城市、工业城市等,按规模分为特大城市、大城市、中等城市、小城市等,按区位可分为海港城市、河港城市、交通枢纽城市等,按重要性可分为重点城市、一般城市等,从旅游角度城市分为国际旅游城市、国内

旅游城市、特色旅游城市(风景旅游城市、旅游古城)等。

对城市旅游的界定目前学术界有不同的说法,从旅游的本质来看,城市旅游是以城市为载体的观光游憩体验活动,广义的城市旅游还包括会议展览活动。城市旅游的范围是建成区和市域;城市旅游的主体是国际游客、国内游客和本市居民,观光游憩者与公务活动者;城市旅游的客体是组成城市的各类物质和非物质要素,包括自然、文化、产业、建筑、居民、事件等各类景观。城市旅游对城市发展的意义主要体现在三个方面:服务设施与环境改善,吸引物增加;城市形象更新;居民生活环境改善,生活质量提高等,如图1-1所示。

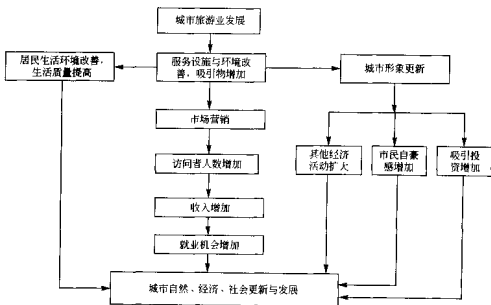


图1-1 城市旅游发展的意义

2.2 城市旅游者的构成

对城市旅游者的分类,有各种各样的分类法,一般可分为以下几类:

商务旅行者;

会议展览代表;

短期徒刑者(1~3夜);

一日游者;

探亲访友者;

长假旅行(4夜以上)中途短暂访问城市者;

游艇旅游者(对于一些港口城市);

长假者把城市作为去周边地区的基地。

除了后两类市场以外,旅游者一般很少在城

市长时间停留,惟一能吸引访问者长时间停留的目的地是首府城市和娱乐城市如拉斯韦加斯。一些城市由于同主要旅游路线的区位关系而形成的过境贸易(旅游)使城市发展受益,例如法国的里昂(Lyons)是北部地区居民到地中海的过境城市。城市是短期旅游者的主要目的地。汽车1日游是城市最大的市场,英国1998年1日游者达13亿,其中72%集中在城镇,22%在乡村,6%在海滨。城镇1日游的动机构成是:餐饮占23%,购物占21%,娱乐占15%,探亲访友占15%,观光占7%。大多数1日游者分布平均距离50km范围内。同乡村与海滨相比,城镇1日游季节性不明显,城镇既是1日游客源地又是目

的地。随着航空业的发展,航空1日游已经开始发展,这在欧洲比较明显,如英国居民去罗马、维也纳等比较多。

商务旅游取决于城市性质,与人口规模关系不大,商务旅游在城市旅游总份额中占15%~20%(Law, 2002)。

2.3 城市旅游行业结构

第一序列:旅游协会;

第二序列:旅游报刊、旅游出版社、旅游网站;

第三序列:旅游研究机构(开发决策、金融、投资顾问)、旅游企业(旅游跨国公司、连锁企业)、旅游会展组织、旅游推广中心;

第四序列:旅游街、旅游专业市场(纪念品展示中心、专卖店)、旅游集散中心、旅游信息中心(咨询中心、资讯中心)。

2.4 城市旅游的内涵

城市旅游是一个内涵丰富的概念,可以分解为8个方面,是一个八面体。

四重含义:观光游览、休闲娱乐、商务会展、特殊活动;

四重地域:历史文化区、时尚娱乐区、特色商业区、自然游憩区;

四重引力:商业引力、景观引力、事件引力、理念引力;

四重环境:服务环境、信息环境、交通环境、管理环境;

四重要素:自然本底、历史文化、现代建筑、社会经济;

四重行业:文化体育业、餐饮娱乐接待业、商业、交通运输业;

四重市场:市民、区域市场、国内市场、国际市场;

四重尺度:社区、城区、郊区、区域。

Law认为城市旅游需求主要有三种类型:休闲、商务和个人目的(VFR, visit friends and relatives),城市旅游研究的复杂性在于城市资源与服务设施使用对象的多元性、复合性、行业边界的模糊性(图1-2)。

城市旅游与旅游城市不同点在于:旅游城市的城市本身就是旅游目的地,旅游功能是城市的重要功能,旅游业在城市经济结构中占据重要份额;它是指城市的性质,如工业城市、商业城市等。而城市旅游是指城市的旅游功能和旅游产业,如同城市农业、城市工业一样。每个城市都有商业,但不能成为商业城市那完全是两回事,道理是一样的。通过发展城市旅游,从几个景区景点做起,逐步打造、包装城市的总体形象,形成总体品牌,把整个城市作为旅游目的地的来建设与经营,就可能成为旅游城市。

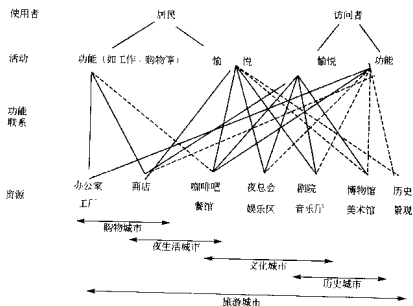


图1-2 旅游城市的功能地域结构

(引自 Stephen Williams, *Tourism and Recreation*, P100)