

高等教育旅游类专业系列教材

旅游规划与 开发

主 编 苗雅杰 王 钊



中国财富出版社
CHINA FORTUNE PRESS

高等教育旅游类专业系列教材

旅游规划与开发

主编 苗雅杰 王 钊

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划与开发/苗雅杰, 王钊主编. —北京: 中国财富出版社, 2013. 7

(高等教育旅游类专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 4698 - 6

I. ①旅… II. ①苗…②王… 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 (2013) 第 103159 号

策划编辑 寇俊玲

责任印制 方朋远

责任编辑 曹保利 彭佳逸

责任校对 杨小静

出版发行 中国财富出版社 (原中国物资出版社)

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 4698 - 6/F · 1953

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 16.75

版 次 2013 年 7 月第 1 版

字 数 357 千字

印 次 2013 年 7 月第 1 次印刷

印 数 0001—3000 册

定 价 39.80 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

前 言

旅游业是 21 世纪的朝阳产业，不论是在旅游业的增加值对全球国内生产总值的贡献、旅游业创造就业机会的能力，还是在旅游消费方面看，旅游业都表现出举足轻重的作用。根据世界旅游组织预测，2020 年中国将成为世界第一大旅游目的地国家和第四大客源地国家。1991 年，中央把旅游业的性质明确为产业，并将其列入加快发展和重点扶持的行列。1998 年，在全国旅游工作会议上，旅游产业被确立为应积极培育的国民经济新的增长点，这不仅有助于推动国民经济增长、刺激扩大内需，还能起到促进经济结构调整的作用。此后各级政府纷纷响应，提出各自的旅游发展战略目标，多个省、市、自治区把旅游业定位为区域经济发展的重点产业、支柱产业或国民经济新的增长点。这对旅游规划与开发提出更为迫切的要求。中国旅游业的发展在规模和效益上取得了一定成绩，但与此同时我们也应认识到目前存在的种种不足，如旅游地环境破坏问题、旅游产品的同质化问题、旅游设施的配套问题等，旅游规划与开发的研究对于解决这些问题，同时更好地培养旅游业所需人才也具有重要意义。

旅游规划与开发是一项综合性很强的工作，它涉及旅游资源、旅游设施、旅游管理、市场营销等诸多领域，需要借助旅游学、地理学、经济学、管理学、生态学、环境学、社会学等多学科的协同研究。本书共十章，内容涉及旅游规划与开发的各个方面。第一、二、三章为原理篇，探讨旅游规划与开发的概念体系、涉及内容，国内外旅游规划与开发的发展历程及发展趋势，旅游规划与开发的理论基础与技术方法，旅游规划与开发前期的基础工作等。第四、五、六、七章探讨不同类型的旅游地旅游规划开发的原则、方法及注意问题，具体的旅游地类型包括风景名胜区、旅游度假地、城市旅游与主题公园。第八、九、十章为旅游专项规划，研究旅游地形象策划、旅游产品设计与旅游设施规划。本书力求系统性、科学性、理论



性，注重理论与案例分析相结合。本书可供各级各类院校旅游专业作为教材使用，也可供旅游行业作为培训教材使用。

多年来，国内外旅游区域规划、开发与管理的科研硕果累累，为本书的编写提供了充足的资料。本书参考引用了大量国内外文献，在此谨向有关作者表示深深的谢意。由于时间和水平的限制，本书中错误和不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

2013年4月

目 录

第一篇 原 理

第一章 旅游规划与开发的概念体系与发展历程	(1)
第一节 旅游开发	(1)
第二节 旅游规划	(7)
第三节 旅游规划与开发的发展历程	(18)
第二章 旅游规划与开发的理论基础	(32)
第一节 旅游规划与开发的理论基础	(32)
第二节 旅游规划与开发的技术方法	(48)
第三节 旅游开发原则与战略	(50)
第三章 旅游规划与开发的基础工作	(56)
第一节 旅游规划与开发的调查工作	(56)
第二节 旅游规划与开发的论证工作	(67)
第三节 旅游开发概念规划	(91)

第二篇 旅游地规划

第四章 风景名胜区旅游规划与开发	(96)
第一节 风景名胜区概述	(96)
第二节 风景名胜区旅游规划与开发	(98)
第五章 旅游度假区规划与开发	(116)
第一节 旅游度假区概述	(116)
第二节 旅游度假区规划与开发	(118)



第六章 城市旅游规划与开发	(136)
第一节 城市旅游	(136)
第二节 城市旅游规划与开发	(140)
第七章 主题公园旅游规划与开发	(161)
第一节 主题公园概述	(161)
第二节 主题公园的规划与开发	(165)
第三篇 旅游专项规划	
第八章 旅游地形象策划	(184)
第一节 旅游地形象概述	(184)
第二节 旅游地形象调研	(191)
第三节 旅游地形象定位	(195)
第四节 旅游地形象塑造	(201)
第五节 旅游地形象传播	(208)
第九章 旅游产品设计	(217)
第一节 旅游产品	(217)
第二节 旅游产品设计的内容	(220)
第三节 主要类别旅游产品设计	(228)
第十章 旅游设施规划	(243)
第一节 旅游服务设施规划	(243)
第二节 旅游基础设施规划	(251)
参考文献	(260)



第一篇 原理

第一章 旅游规划与开发的概念体系与发展历程



学习目标

通过本章的学习,在了解旅游开发的涉及领域的基础上,明确旅游开发的含义与旅游开发的内容;掌握旅游规划的含义与旅游规划的基本程序;了解国内外旅游规划与开发发展历史的几个阶段,进一步理解旅游规划与开发今后发展的新趋势。

关键词: 旅游开发 旅游规划 大众旅游 可持续旅游 体验旅游

第一节 旅游开发

“开发”一词是一个经济学的概念。近代以来,随着工业的发展,土地、山石、植被、动物、水体、煤炭、石油、矿物、空气、阳光等资源,都可以被利用,变成财富,进而形成产业。这种将资源转变为产业的社会劳动过程就是开发。

旅游开发同其他产业的开发相似,即开发旅游资源形成旅游产业。同时旅游业是以招徕、接待旅游者为主要内容,因而它比其他产业要复杂得多。旅游开发是一项综合性开发,也是有一定空间范围的区域旅游开发。区域旅游开发是发展区域旅游的基础,它是从区域自然、经济、社会、交通区位等条件出发,对旅游空间进行的综合性开发,它包括资源、市场、人才等一系列的开发和旅游设施建设。从根本上说,旅游开发的直接目的就是提高旅游地的旅游吸引力。

在旅游业发展和旅游开发的实践过程中,人们逐步发现,无论是对旅游者,还是对旅游经营者来说,与旅游活动对应的旅游开发活动都是一个综合性的、涉及社会领域广的系统工程;它不单纯是一个景点或旅游吸引物的开发、建设问题,而是与旅游地的社会、经济的许多部门和领域都有着千丝万缕的联系。开发旅游活动本身也是一项复杂的综合工程,那些与之相联系的方方面面都能够对开发活动的质量和成败产生



影响，因此，要明确旅游开发的含义，就要首先认识旅游开发活动所涉及的内容。

一、旅游开发涉及的领域

（一）旅游资源状况

旅游资源的种类、数量、质量和周边旅游资源的关系，都是地方旅游产业发展和旅游开发首先要考虑的问题。人文旅游资源是旅游开发的前提之一，没有一定数量和质量的旅游资源，旅游开发也就无从谈起。当然，从现代资源观出发，旅游资源本身就是动态的，人类的旅游需求在变化，旅游资源的种类和范围也会发展并随之发生变化，为了适应这些变化，旅游资源是可以通过生产手段、建设手段来创造的。地方旅游开发还涉及周边的旅游资源，本地旅游资源是否有吸引力，很多时候取决于其在与周边地区的资源竞争中能否胜出。

（二）客源市场状况

旅游开发本身就是为了增强旅游吸引力，开拓市场，增加经济收入，所以客源市场也是旅游开发必须要考虑的问题。实际上如果没有潜在的客源市场，也就不存在旅游开发的必要性。

（三）国家、地方旅游产业发展和旅游开发政策

政策对旅游业的推动或抑制作用是不容忽视的，有的时候甚至能够起到决定的作用。它既可以对旅游产业的发展和旅游开发活动产生促进、推动作用，也可以对其产生遏制或阻碍作用。因此，旅游开发活动也包括有关旅游政策、法规的制定和完善。

（四）旅游地经济承载力

旅游景区的开发、旅游设施的建设都需要大量的资金投入，所以，旅游开发的深度、广度和力度还要依赖当地的经济水平，要有足够的经济后盾，即旅游开发必须首先解决投资问题。

（五）旅游地社会环境

无论是旅游活动还是旅游开发活动，都是一种社会现象，和社会人文环境有着千丝万缕的关系。旅游地居民的文化修养、开放观念、市场意识、社会秩序等，都会对旅游开发活动产生影响，也会对旅游开发的结果即旅游产品的经营绩效产生影响。

（六）和旅游活动相关的其他条件

旅游活动包括吃、住、行、游、购、娱六要素，旅游开发活动也是围绕这些要素进行的，所以，与上述六要素相关的设施、场所与环境等，都是旅游开发要考虑、研究的问题。而这些内容涉及城市建设、基础设施、商品零售、交通运输、商品零售、文化娱乐等许多行业和部门，特别是服务业领域，和旅游消费的联系是最密切的，是旅游开发需要重点关注的领域。



二、旅游开发的含义

根据以上分析,我们可以这样概括:旅游开发是为吸引和招徕旅游者而进行的旅游设施建设和旅游环境培育等综合性的社会和技术经济活动。其含义包括以下几个方面:①旅游开发的直接目的是为了吸引和招徕旅游者,并以此来增加经营者、社区和地方的收入,促进地方经济和社会的发展。②旅游吸引物和旅游设施建设是旅游开发的重要内容。要吸引和招徕游客,必须以一定的旅游吸引物和旅游服务设施建设为前提。这些设施和服务的规模和质量代表着一个国家或地区旅游业的接待能力和旅游业的发展水平。③除了进行旅游吸引物和旅游设施建设之外,旅游开发还包括培育、建设友好和谐的社会人文环境。社会人文环境虽然不像功能性景观、服务设施那样能够可游、可居、可食、可娱,但社会环境的好坏,当地居民的文化修养和风俗习惯,特别是对外来旅游者的态度和宽容程度,同样能够对旅游者产生吸引或排斥的作用,是一种无形的吸引力或排斥力。因此,旅游开发不仅是一种硬件开发的技术经济活动,同时也是培育和优化社会环境的软件建设活动。④旅游开发既包括旅游地内部的开发与建设,也包括对外市场开发与营销,是一种内外结合的综合性的开发活动。

三、旅游开发的内容

(一) 景区景点等旅游吸引要素的开发与建设

旅游开发的直接目的是通过旅游地吸引力的提高,吸引到更多的旅游者,而这个目标的实现就要依靠旅游景区、景点的建设。景区、景点的开发,往往成为旅游地开发的核心内容,并以此为基础进行相应的配套设施建设。

旅游吸引要素的开发与建设,从内容和形式上说,既可以是对尚未被利用的旅游资源进行初次开发,也可以是对已经利用了的景观或吸引物进行深度开发和进一步的功能发掘;具体来说,既可以是从无到有建设一个新的景点,也可以是对现存的旅游资源进行整理和加工。比如,九寨沟的旅游开发属于对现存资源的整理与加工,使原已存在的自然、人文旅游资源和物质条件更符合旅游者的需要;而迪士尼乐园等主题公园的旅游开发就是从无到有的创造,是新景物或新产品的生产,其目的是为了提高旅游地的吸引力,吸引更多的游客到访。

(二) 构建系统的旅游服务体系

旅游服务体系实际上是旅游产品开发的一部分。从旅游供给的角度来说,旅游服务既包括以市场为主体的商业性旅游服务,也包括公益性的非商业服务。

以市场为主体的商业性服务主要指当地旅行社的旅游产品设计、导游、翻译等服务,交通运输部门的客运服务,饭店企业的食宿、娱乐服务,商业部门的购物服务,以及其他部门向旅游者提供的营业性接待服务等。它们是以营利为目的,是地方旅游



业发展的主体。

公益性的非商业旅游服务主要指当地政府、社区、社会组织等为旅游者提供的公益性服务，如由政府投资建设的城市游客中心，向旅游者提供旅游咨询服务，当地社区、居民为旅游者提供的义务服务等。这些服务大多是免费的，少部分象征性地收取一定的费用。

在旅游开发活动中，必须注意服务体系的完善，不能为追求商业利益只进行商业性服务的建设，而忽视非商业性服务的发展。实际上，非商业性服务反映着当地政府的产业政策导向，也反映着当地居民对旅游者的态度和愿意为其服务的友好精神，对旅游者同样具有吸引力。

（三）提高旅游地的可进入性

可进入性主要指交通条件，同时还包括通信的方便程度、手续的繁简程度、当地社会的承受能力等。在旅游开发的实践中，可进入性主要指交通条件，也就是旅游六要素中的“行”。

在旅游学理论中，只有当一个人从其常住地到达另一地，发生空间位移时才属于旅游，而要实现这种空间位移则必须借助于交通条件。可以这样认为，没有一定的交通设施和条件，旅游活动就不可能实现。特别是在现代旅游业中，旅游地都把吸引远距离或境外游客作为主要目标，如果没有方便的交通设施和工具，远距离旅游就不可能实现，开拓远距离客源市场也只能是一句空话。如果某地旅游资源丰富，但交通状况恶劣，游人难以进入，即游客接近、抵达目的地的可能性小，那么它的旅游开发价值将大大降低，所以旅游开发必须包括提高旅游地可进入性的内容。

提高旅游地的可进入性，既包括加强旅游地和外界的交通联系，也包括改善旅游地内部的交通和通信条件；既包括交通线路的建设，也包括交通工具的配备与改进；既包括硬件设施的培植，也包括管理、安全保障、服务等软件的完善。

（四）建设和完善旅游设施

一定程度完善的设施是旅游活动顺利进行的必要条件，旅游设施一般可分为两大类：基础设施和旅游服务设施。基础设施的主要使用者是当地居民，但在为旅游者提供服务的时候也必须依赖基础设施。它主要包括一般的公用事业设施，如供水系统、供电系统、道路系统、机场车站等，同时也包括一些满足现代社会生活必要的设施，比如医院、银行等。旅游服务设施指的是那些虽然也可以为当地居民所利用，但它存在的主要目的是满足旅游者的需要，如宾馆饭店、旅游商店、旅游娱乐场所等。旅游设施的建设一般投资大、周期长，所以它的规模和布局一定要经过严格的论证，并且要相互配套和协调，以免造成设施不足或浪费。

（五）自然环境培育与资源保护

任何事物都有发展变化、衰败、死亡的过程，旅游资源也是这样。任何旅游资源



都存在于一定的客观环境中,环境的好坏对资源本身的安全非常重要。所以,对旅游资源的保护和旅游环境的培育,也是旅游开发的重要内容。旅游资源保护的内容主要包括:①建立和完善旅游资源开发、保护的法律法规和政策体系,目前我国虽然在文物保护、野生动植物保护方面已经有了专门的法律体系,但没有专门的旅游资源保护法;②划定资源保护区的范围和等级,进行分类、分级保护;③积极培育、优化生态环境;④制定有力措施,防止旅游污染和破坏行为;⑤加强文物古迹的保护,确保其不被破坏和倒卖;⑥对已经受损的资源进行及时的维护和修整。

(六) 培育优良的社会人文环境

旅游地的人文社会环境也是吸引旅游者的重要因素。一个国家或地区的旅游政策、出入境管理措施、政治动态或社会安定情况、社会治安、风俗习惯、当地居民的文化修养、思想观念等,都能直接或间接地对旅游者产生吸引或排斥的作用。所以,培育一个和谐友好的、有利于吸引旅游者的人文社会环境,也是旅游开发的重要内容。人文环境的培育包括:①制定有利于旅游业发展的政策;②制订方便旅游者往来的管理措施;③保持稳定的政治环境和社会秩序;④提高居民文化修养,培养开放意识,养成文明礼貌、热情好客的习惯。

(七) 积极营销,开拓客源市场

旅游开发实际上是在两个方面进行开发活动,一是旅游地有关设施的建设和完善,二是客源市场的开拓,二者缺一不可。旅游开发是旅游产品的生产过程,而市场开发是把产品卖出去。如果仅仅进行旅游地的建设,而不进行市场开发,就会造成产品滞销,旅游开发活动有劳无功;反过来,如果只进行市场宣传,而没有真正吸引人的产品,旅游地就只能贪一时之功而失去长远利益。因此,旅游开发必须将旅游地建设和市场开拓结合起来,互动发展。

(八) 构建高效、有力的支持和保障体系

任何目标的实现,都需要特定的支持和保障措施,旅游业发展涉及面广,关系复杂,更需要有力、高效的支持保障。对地方旅游业发展来说,旅游开发的支持保障体系,主要包括以下几个方面:①法律法规与规范,包括国家、地方有关促进旅游产业发展,规范旅游开发行为的各种法律法规、标准等。②旅游体制改革与旅游管理体系建设。对传统计划经济的管理体制与管理模式进行改革,建立一个科学、合理、高效的旅游管理体系,对地方旅游业的发展和旅游开发活动进行统一的管理和有利的协调,对于旅游业的持续、快速、健康发展是至关重要的。③财政支持。市场运作并不等于政府完全退出市场,政府在基础设施、项目建设等领域进行引导性投资,对于引导民间资本向旅游产业流动、树立民间投资旅游业的信心方面有很大的积极作用;而在旅游营销领域,也主要依靠政府的直接营销和组织营销。④旅游人力资源开发。旅游开发的决策者、组织者、实施者和服务者,旅游管理部门的政府公务员、投资商、旅游



企业的管理和服务人员等，是旅游开发活动实施的主体，人才素质的高低既能够影响旅游开发质量的好坏，也能在一定程度上增加或减少旅游地对旅游者的吸引力。因此，旅游人力资源开发是地方旅游开发的重要环节和不可或缺的内容。⑤优惠政策。通过优惠政策来促进产业发展、吸引投资，是在特定历史时期和社会发展阶段采取的权宜性措施，这种措施的确能够起到实际性的促进、推动作用。因此，通过一定的特殊政策，给某些投资领域不同于其他领域的特殊优惠是必要的，但前提是在各领域中不能顾此失彼。

总之，旅游开发是一项综合性的系统工程，它不仅仅是对旅游资源的开发或旅游景物的建设，而且是以旅游吸引要素建设为中心进行的各种有关设施建设、产品组织、自然环境和资源的保护、人文社会环境培育等一系列的综合性社会经济活动。

四、旅游开发与旅游资源开发

旅游资源开发，是针对旅游资源进行的活动，是资源向产品转化的过程。具体来说，旅游资源开发就是将旅游资源进行加工、整理和再创造，使其成为具有旅游功能的吸引物或旅游设施的过程。而旅游开发，如前所述，是为了吸引和招徕旅游者而进行的旅游设施建设和旅游环境培育等综合性的社会和技术经济活动，它是一种全面性、综合性的社会经济活动，其内容既包括了旅游设施、旅游吸引物的建设，也包含了许多非技术经济活动的内容，如支持保障体系的构建、人文社会环境的优化、生态环境的治理、客源市场的开拓等。因此可以认为，旅游开发包含了旅游资源开发，旅游资源开发是旅游开发的组成部分。

在旅游产业发展的实践中，旅游开发和旅游资源开发两种活动都是客观存在的，由于二者的内容和涉及领域不同，其开发主体也有一定的差别。旅游开发是一种综合性活动，涉及旅游地的整体规划和各个相关部门的合作协调，往往不是一个部门或企业力所能及的，所以多由政府主持，进行的工作包括旅游景区开发、基础设施建设、物资供应、环境保护、资金筹集等，并进行统一的规划和管理。因此，较大的旅游开发活动，往往在最初规划、组织时是一种政府行为。旅游资源开发一般以形成一定的景区、景点为目标，内容比较单一，规模和涉及面相对较小，往往体现为一种企业行为，是经营者的一种投资行为和建设活动，最终形成一个旅游景区、景点或设施。如开发一处自然风景区，修建一个城市公园等，是直接的企业行为。

当然，从二者的关系上看，旅游开发的某些项目最终会落实到旅游资源开发上，由最初的政府行为向企业行为过渡。政府一般只负责宏观上的政策把握、规划管理、组织协调，而不直接进行建设活动。规划一出台，具体的各个项目将化整为零，分配到各个旅游经营者身上，由他们直接进行开发、建设。



第二节 旅游规划

旅游开发的重要目的是为了获取经济上的利益，同时还要照顾各方面利益的均衡；旅游开发要产生近期的经济效益，同时又要兼顾将来开发的需要，使旅游开发能够持续进行。旅游开发涉及很多要素，必须综合考虑这些因素才能找到最佳的旅游开发道路，这就需要在对旅游地进行开发之前，进行一个全面、认真、科学的筹划。另外，旅游开发也是一个动态的过程，在开发的过程中，各种要素会不断发生变化。最初的旅游开发可能带来一时的经济利益，但也可能隐藏着巨大的风险；最初选择的开发道路，可能不适合未来旅游开发的要求。为了保证旅游开发的有序进行，旅游开发的过程也要在旅游规划的指导和约束下进行，旅游规划可以看做是一项科学筹划和安排旅游开发的活动，使旅游开发最大限度地实现其开发目的。

一、旅游规划的含义

所谓规划是指任何组织或个人，为自身在未来一定时期内能得到更好的发展，对影响发展的各种要素进行分析整合，以确定未来发展目标和实现目标的途径。简单地说，规划就是人们对未来的谋划。旅游规划是组织或企业对影响旅游业发展的因素而进行的构想和安排，以确定未来一定时期旅游业发展的目标和实现目标的最佳途径。所以，我们可以把旅游规划理解为寻找旅游开发的最佳途径。

理解旅游规划的概念要注意以下几点：①旅游规划的主体一般是行政组织或企业组织；②旅游规划的对象一般是一定的旅游区域，如果我们从旅游经济的角度来考虑，旅游规划的对象应该和旅游开发一样，是旅游资源和旅游市场的利用问题，但旅游资源和旅游市场必须要有一定的承载区，所以旅游规划的对象可以看做是一定的旅游区域；③旅游规划的手段是对影响旅游业发展的因素进行分析和整合，这里的“影响旅游业发展的因素”范围比较广泛，除了旅游资源、旅游市场等要素以外，还包括人才、资金、区位、组织的协调性、社会对旅游的态度等；④旅游规划应该有一定的期限；⑤旅游规划的核心是制定旅游发展的目标，这个目标不仅是旅游经济发展的目标，还包括旅游业发展对当地社会和文化建设的帮助，旅游可持续发展目标等；⑥旅游规划的内容是提出围绕目标应该采取的具体的措施以及实行措施的时间安排。

总之，旅游规划的目的是在旅游开发的过程中，更有效合理地利用旅游资源、提高旅游资源吸引力、扩大经济效益和社会效益，从而使旅游地的旅游业全面、健康地向前发展。



二、旅游规划的要求

(一) 科学性

旅游规划是在对当地旅游资源和旅游市场的科学分析基础上做出的，所以它应该基本符合当地旅游业发展的实际情况，这就是规划过程的科学性和规划结果的科学性。规划不应该过分地迎合规划以外的干扰因素。

(二) 地域性

旅游规划一般是对一定空间范围内的旅游活动进行规划，而一定空间内的旅游资源分布具有很强的地域性，所以规划的内容，包括旅游区域划分、旅游功能定位都具有很强的地域性。旅游设施和旅游服务的提供也是围绕旅游资源进行的。

(三) 预见性

旅游规划是对未来做出的安排，所以它必须能够预见到当地旅游业发展可能会发生的问题，并且对如何控制这些问题提出建议。

(四) 可操作性

旅游规划的制订目的是为了指导实践，所以它必须具有可操作性。在实践中有很多规划都存在操作性不强，措施雷同的问题，比如许多规划一谈到市场，就是将其分成一、二、三级，但对每一个级别的市场究竟应该怎么开发，向每个市场提供什么产品，却根本没有说明。还有很多规划原则性的规定比较多，可操作性措施较少。

(五) 政策性

旅游规划是一种决策行为，在规划通过之后，就应该产生法定效力，如果需要修改必须与规划人员进行协商，因此它具有很强的政策性。

三、旅游规划与开发的程序

(一) 开发准备

旅游开发是一项以经济投入为基础的经济活动，涉及社会和经济领域的许多部门和环节，而且一些大型旅游景区的开发往往投资巨大，所以存在一定的经济风险、社会风险乃至环境风险，所以无论是区域旅游开发还是旅游区建设，都必须做好充分的准备工作，确保开发项目的可行性和投资的成功率，避免由于盲目开发而导致经济损失、环境破坏等问题。开发前准备的工作内容主要包括基础研究和可行性分析。

基础研究包括资源、市场、旅游开发条件等的调查与研究。旅游资源分析即通过调查研究，掌握区域内旅游资源的基本情况，包括资源种类、数量、体量、分布情况、存在状态等，并在此基础上进行初步的价值评价，以确定区域旅游资源开发、利用的可能性。旅游市场分析即找出当地旅游发展的市场基础，评估市场潜力的大小，决定旅游开发的市场可行性和开发规模；开发条件分析即分析旅游开发的外在条件，它反



映一个旅游地总体吸引力水平的高低及能够起作用的市场范围。

可行性论证是在基础研究的基础上,根据开发项目的性质、规模、投资额、建设周期等与市场进行对位分析,在经济上分析项目建设的必要性和可行性,通过科学的分析与评价,明确开发的可能性,为开发决策提供理论依据,一般要形成关于开发项目的可行性研究报告。

(二) 规划与设计

规划与设计阶段,已经进入了旅游开发的实施阶段。特别是开发一个旅游景区,可行性论证、立项审批等基础性工作完成以后,就进入项目开发的实际操作阶段。在我国,旅游规划分为两种类型或两个层次。

第一,旅游发展规划,即地方旅游产业的总体规划,一般是一个行政区(省、县等)在旅游产业发展的战略性指导文件,由当地人民政府批准实施,它的内容是综合性的,包括地方旅游业发展的总体目标、发展方向、空间布局、产品开发、市场选择与营销、支持保障体系构建等,是一个地区一定时间内旅游开发和旅游业发展的指导性或法规性文件。

第二,旅游开发规划,是指旅游项目的开发和建设规划,一般是一个具体的、可以成为独立经营管理单元的开发项目的设计方案。按照我国有关文件和技术标准的规定,这种规划又可以分为总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划三个层次。规划经旅游部门、土地管理部门、城市规划部门审批后,进行施工设计。

(三) 规划方案提出

规划方案是旅游规划的主体内容,它应该指明一个地方旅游发展的道路,提出旅游开发的具体措施。规划方案应该和分析内容有内在的逻辑联系,也就是要说明当地旅游发展的吸引力是什么,怎么把这些吸引力变成具体的旅游产品,转化成什么类型的旅游产品。旅游规划方案的主要内容包括:①旅游发展的目标体系及实施步骤;②旅游总体形象定位;③旅游区划和旅游功能定位;④旅游项目策划和旅游产品内容;⑤旅游市场营销规划;⑥旅游线路规划;⑦旅游行动方案。

【案例 1.1】

文成县旅游规划

第一部分 分析

一、文成县旅游市场分析

根据现场采访和观察到的现象,文成旅游市场的一般特点为:

(1) 旅游客源比较单一,以温州市区及周边县市等近程游客为主,吸引到的远程



客人不多。

(2) 旅游形式比较单一，以观赏百丈飞瀑、刘基故里、朱阳九峰等核心景区的风景为主，这使得文成的旅游资源利用率不高。

(3) 游客在文成的旅游消费较低，使得文成旅游收入总体上不高。

(4) 远程客人以上海旅游者居多。

(5) 远程客人以旅行社组织前来的为多数，散客较少。

(6) 旅游者在文成的逗留时间不长，一般只有一天左右。

二、文成县旅游资源分析

文成县的旅游资源十分丰富，瀑、潭、峰、绿、湖、谷、山、名人样样具备，具有数量多、种类全、品位高的特点。其中尤以山水形胜最为出色，使文成体现出“山在水上，水绕林中，人在水云间”的仙境。

一般来说，由于山地的变化较大，构景因素较多。所以从观赏性的角度来说，山地是更好的旅游资源。但从文成旅游资源的特色来分析，可以发现，文成县虽然80%的地区是山地，也有一些不错的景观山景，但从景观质量上来说，山形出色的不是很多。相反文成的旅游资源都可以用“水”来概括，水使得文成的旅游资源具有与温州其他地区不同的差异性，而且文成的水景具有更强的观赏性和旅游开发价值。

首先是瀑布众多。文成的百丈漈是国内落差最大的瀑布，而且百丈漈是一个大型的瀑布群，分别有三叠瀑布，各有特色。与百丈漈相连的峡谷景廊旅游区有特色鲜明的阴阳瀑，它是两节瀑布，一节是明瀑，一节是暗瀑。朱阳九峰旅游区有三潭三瀑，如百折瀑、龙瀑等。三瀑依次跌宕而下，又形成三个深潭：百折瀑，像跳溅的珍珠，洒落深涧；龙瀑则气势宏大，如龙出水，寒气逼人。

其次是湖。文成拥有浙江省第二大湖——飞云湖，飞云湖处在峡谷之中，形成许多陡峭的半岛和峡湾。文成还有颇具特色的高山平湖——天顶湖，天顶湖处在海拔600多米的山顶上，湖水清澈，湖区气候凉爽，是消夏的绝佳去处。

再次是潭。文成县除了瀑布区形成许多深潭以外，在岩门大峡谷中从双曲湖到壶穴景观段，还有许许多多的各种形状的凶潭，其中尤以亚洲最典型的壶穴奇观最为出色。

接着是滩。龙麒源的峡谷长滩，也是文成水体旅游资源的一绝。

最后是名人的智慧文化。文成是明太祖朱元璋的军师刘基的故乡，刘基被誉为明朝的国师，为朱元璋夺取江山立下汗马功劳。刘基在民间被神化，有人将刘基与诸葛亮等同看待，说“北有诸葛，南有伯温”，可以说刘基是中国最著名的智慧大师之一。古人说“智者乐水”，这也使得名人文化与“水”文化联系在一起。

概括地说，文成的旅游资源特色为：百丈飞瀑、天顶平湖、飞云峡湾、铜铃壶穴、龙麒长滩、刘基智圣。