

普通高校“十二五”规划教材
旅游管理系列

旅游项目策划教程

王庆生 主编



清华大学出版社



普通高校“十二五”规划教材
旅游管理系列

旅游项目策划教程

王庆生 主 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是清华版高等院校工商管理、旅游管理等品牌专业建设规划教材之一；同时也是天津商业大学教育部特色专业(旅游管理)及天津市品牌专业(旅游管理)建设成果的重要组成部分。

旅游项目策划作为策划学原理在旅游项目开发中的运用,是旅游管理专业一门重要的实战型专业课程。本书结合高校旅游管理专业应用型人才培养特色,通过开篇案例、篇中实例和扩展阅读等多种形式的精心安排,力求突破原来单纯说教式的授课模式,启发学生在新颖实战案例阅读中分析与思考。本书分上下两篇共18章。上篇为旅游策划基础篇,包括旅游项目策划概述、旅游项目策划的原理及方法、旅游项目可行性研究、旅游地形象策划、旅游市场与旅游品牌营销、旅游产品策划、旅游商品策划、旅游地产项目策划等;下篇为旅游策划专题篇,分别从乡村旅游、生态旅游、城市旅游、工业旅游、会展及旅游节庆活动、探险旅游、民俗文化旅游、创意旅游、主题旅游、休闲度假旅游等方面进行了阐述。

本书集专业性、知识性及实务性于一体,可供高校旅游管理专业大学生、研究生、政府旅游管理部门工作人员、旅游咨询策划行业和相关科研单位工作人员以及广大旅游爱好者阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游项目策划教程 / 王庆生主编. --北京:清华大学出版社, 2013

(普通高校“十二五”规划教材·旅游管理系列)

ISBN 978-7-302-32565-9

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅游市场—市场营销学—高等学校—教材 IV. ①F590.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第109899号

责任编辑:杜 星

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4903

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm

印 张:26.25

字 数:604千字

版 次:2013年7月第1版

印 次:2013年7月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:39.80元

产品编号:049451-01

作者简介

王庆生 教授，乌克兰敖德萨国立大学哲学博士（Ph. D.）。2006年2月起在天津商业大学旅游管理系从事教研工作至今，作为主持人之一，完成天津商业大学教育部特色专业（旅游管理）建设项目，为《旅游规划与开发》校级精品课程以及天津市品牌专业（旅游管理）建设项目主持人。先后主讲《旅游规划与开发》、《旅游线路开发与设计》、《旅游项目策划与管理》、《旅游资源开发与管理》等本科和研究生课程。发表著作10部，主要有《地理环境与社会文化》（1997）、《旅游区规划研究》（2000）、《游憩产业地域组织原理：游憩地理学现代观》（俄语，2003）、《都市旅游国际化及其产业集群问题研究》（2008）、《旅游项目策划与管理》（2010）、《旅游规划与开发》（2011）等。

现任天津商业大学商学院副院长、“旅游发展与管理”方向硕士生导师，兼任天津市旅游协会常务理事及天津市旅游协会旅游教育分会副会长，天津市人民政府咨询专家库成员，2009年获天津市委市政府颁布的“天津市优秀留学人员”荣誉称号。

前言

本书是清华大学出版社与天津商业大学商学院合作,打造工商管理精品教材,支撑教育部特色专业和天津市品牌专业建设的首次尝试。

与我国旅游业快速健康发展的轨迹相吻合,在近三十年的发展历程中,我国旅游规划的理念也大体经历了三个发展阶段,即从资源导向到市场导向再到综合导向。20世纪90年代末以来,旅游规划出现了向市场和产品、产业方向转移以及由宏观规划走向微观设计的趋势,其研究也呈现出多元化的广泛发展趋势。经过三十多年的发展,我国旅游业的产业地位、规模与影响都有质的飞跃。随着旅游产业的深入发展、旅游需求层次的不断升级、旅游市场竞争的日益加剧,旅游资源开发与产品设计、旅游市场开拓与营销、旅游企业经营与管理越来越倚重于旅游策划。这也意味着,我国旅游规划已开始步入重视策划与管理的阶段。

在旅游规划与策划研究领域,中国学者发表了相当数量的论著,较有代表性的有:区域旅游开发研究(保继刚,1997),区域旅游规划原理(吴必虎,2001),旅游规划与开发(马勇,2003),中国旅游景区管理模式研究(邹统钎,2006),旅游规划与开发(王衍用、殷平,2007),旅游规划原理(吴必虎、俞曦,2010),旅游规划与开发(王庆生,2011)。在旅游策划领域也有不少论著,主要有:旅游策划学(沈祖祥、张帆,2000),营销实战(张辉,2001),旅游区项目策划与管理实务(彭绍坚,2001),中国旅游策划(陈放,2003),新概念旅游开发(黄郁成,2002),旅游策划教程(肖星,2005),旅游景区项目策划(王衍用等,2007),旅游项目策划(杨振之,2009),旅游策划论(李庆雷,2009),旅游策划理论与实务(王衍用、曹诗图,2010),旅游项目策划与管理(王庆生,2010)等。同时,也有大量论文集中探讨了旅游目的地形象策划、市场营销策划与旅游节庆活动策划等方面。上述研究全方位总结与探讨了中国旅游业发展二十多年来的实践经验和学科体系。

基于上述背景,本书一方面选取具有代表性的旅游项目领域,通过对二十多年来国内外数百篇(部)相关研究文献的查阅和全面分析,对其策划与管理进行了系统研究和梳理;另一方面,结合作者及合作者主持完成的部分代表性的旅游项目策划案例进行了典型分析。值得一提的是,本书吸收了我国旅游地产开发全程运营服务商——北京盛宏方景观建筑规划设计有限公司(以下简称盛方咨询)2012年最新的部分策划案例,以及由北京盛方咨询完成的专著《旅游地产概论》(2012)的部分研究成果,力求为读者提供具有理论基础

和实战价值的最新版的旅游项目策划教材。

本书的特色在于：

第一，充分吸收与借鉴国内旅游学者在旅游策划领域的相关研究成果，从内容上分为上下两篇共18章。上篇为旅游策划基础篇，包括旅游项目策划概述、旅游项目策划的原理及方法、旅游项目可行性研究、旅游地形象策划、旅游市场与旅游品牌营销、旅游产品策划、旅游商品策划、旅游地产项目策划等；下篇为旅游策划专题篇，分别从乡村旅游、生态旅游、城市旅游、工业旅游、会展及旅游节庆活动、探险旅游、民俗文化旅游、创意旅游、主题旅游、休闲度假旅游等方面进行了阐述。力求较全面多层次提供旅游项目策划的专业与技术知识。

第二，本书结合高校旅游管理专业应用型人才培养特色，通过开篇案例、篇中实例和扩展阅读等多种形式的精心安排，力求突破原来单纯说教式的授课模式，启发学生在新颖实战案例阅读中分析与思考。

本书具体编写分工如下：第一章(王庆生)，第二章(王庆生、安秀荣)，第三章(王庆生)，第四章(王庆生、安秀荣)，第五章(王庆生、安秀荣)，第六章(王庆生、安秀荣)，第七章(安秀荣、王庆生)，第八章(许豫宏、李玲)，第九章(王庆生)，第十章(王庆生)，第十一章(王庆生)，第十二章(王庆生)，第十三章(王庆生、安秀荣)，第十四章(王庆生、安秀荣)，第十五章(王庆生、安秀荣)，第十六章(王庆生、李院)、第十七章(王庆生、史静)，第十八章(王庆生)。安秀荣负责本书全部初稿的一校、二校和编辑工作。北京盛方咨询的相关设计人员组织了本书第八章、第十八章以及附录案例的整理和加工。全书由王庆生提出写作思路并统筹、定稿。盛方咨询首席专家许豫宏教授(天津商业大学MTA兼职硕士生导师)、总裁李玲女士、开发顾问CEO方淳女士参与了本书的策划工作。清华大学出版社杜星编辑等在文稿编辑上付出了大量辛劳。同时，在本书编写过程中参阅并引用了国内外许多学者的研究成果和观点，在此一并对所有文献作者表示诚挚的感谢！

由于作者研究水平有限，本书在选材、论述等诸多方面会有粗疏、欠妥之处，敬请读者不吝指正。

编者

2013年1月10日

《旅游项目策划教程》课程授课建议

课程内容:

旅游项目策划作为策划学原理在旅游项目开发中的运用,是旅游管理专业一门新兴的学科。本书结合高校旅游管理专业应用型人才培养特色,通过开篇案例、篇中实例和扩展阅读等多种形式的精心安排,力求突破原来单纯说教式的授课模式,启发学生在新颖实战案例阅读中分析与思考。本书分上下两篇共 18 章,上篇为基础篇(含 8 章),包括旅游项目策划概述、旅游项目策划的原理及方法、旅游项目可行性研究、旅游地形象策划、旅游市场与旅游品牌营销、旅游产品策划、旅游商品策划、旅游地产项目策划等;下篇为专题篇(含 10 章),分别从乡村旅游、生态旅游、城市旅游、工业旅游、会展及旅游节庆活动、探险旅游、民俗文化旅游、创意旅游、主题旅游、休闲度假旅游等方面进行了阐述。本书可为学习者提供旅游项目策划基础与专业知识,具有专业性、知识性及实务性等特点。

先修课程:旅游学概论、旅游经济学、管理学原理、市场营销学、旅游规划与开发等课程。

教学内容与课时分布建议:

教学内容	学习要点
上篇:旅游策划基础篇	
第一章 旅游项目策划概述	第一节 中国咨询策划业概述 第二节 旅游项目及其相关概念 第三节 旅游项目策划的概念、类型与特征
第二章 旅游项目策划的原理及方法	第一节 旅游项目策划原理 第二节 旅游项目策划的原则 第三节 旅游项目策划的方法、内容与程序
第三章 旅游项目可行性研究	第一节 我国可行性研究进展 第二节 旅游项目可行性研究的内容 第三节 旅游项目与工业项目可行性研究的对比分析
第四章 旅游地形象策划	第一节 旅游地形象策划概述 第二节 旅游地形象策划的内容与方法

续表

教 学 内 容	学 习 要 点
第五章 旅游市场与旅游品牌营销	第一节 旅游市场营销策划概述 第二节 旅游市场数据收集的内容与方法 第三节 旅游品牌营销策划
第六章 旅游产品策划	第一节 旅游产品概述 第二节 旅游产品开发与策划要点 第三节 旅游线路产品策划
第七章 旅游商品策划	第一节 旅游商品概述 第二节 旅游商品策划要点
第八章 旅游地产项目策划	第一节 旅游地产(项目)概述 第二节 旅游地产(项目)开发的原则、模式及其产品化路径 第三节 旅游地产景观设计要点 第四节 旅游地产项目开发运营模式
下篇: 旅游策划专题篇	
第九章 乡村旅游发展策划	第一节 乡村旅游研究概述 第二节 国外乡村旅游发展经验对我国的启示 第三节 中国乡村旅游的发展实践 第四节 乡村旅游项目策划
第十章 生态旅游策划与管理	第一节 生态旅游的内涵及其研究进展 第二节 生态旅游项目策划与管理要点 第三节 自然保护区生态旅游项目策划与管理
第十一章 城市旅游项目策划	第一节 城市旅游的概念及其特点 第二节 城市旅游项目策划要点
第十二章 工业旅游项目策划	第一节 工业旅游概述 第二节 工业旅游项目开发及策划
第十三章 会展及旅游节庆活动策划	第一节 会展及旅游节庆活动的概念及进展 第二节 会展旅游项目策划与管理要点 第三节 旅游节庆活动策划
第十四章 探险旅游项目策划	第一节 探险旅游概述 第二节 探险旅游项目策划要点
第十五章 民俗文化旅游项目策划	第一节 民俗及文化旅游概述 第二节 民俗文化旅游项目策划要点
第十六章 创意旅游项目策划	第一节 创意旅游概述 第二节 创意旅游项目策划要点

续表

教 学 内 容	学 习 要 点
第十七章 主题旅游项目策划与管理	第一节 主题旅游项目的概念及类型 第二节 主题街区项目策划与管理要点 第三节 主题公园项目策划与管理要点 第四节 红色旅游项目策划与管理要点
第十八章 休闲度假旅游项目策划	第一节 休闲度假旅游概述 第二节 休闲度假旅游项目策划要点
附录	旅游项目策划案例选编

授课课时建议：

1. 旅游管理专业(含会展经济、旅游规划、旅游社管理、旅游景区管理、高尔夫管理等方向)本科生应不少于 32 学时。在课时安排上,基础篇八章每章原则上安排不少于两个学时;专题篇十章总学时原则上不少于 16 个学时。

2. 对于旅游管理硕士学术学位研究生,建议按 40~48 个学时安排,在上下篇课时安排上,原则上建议各占总学时的二分之一。

3. 讨论、案例分析等课时已经包括在前面各个章节的教学时间中,普通高校本科教学可酌情安排学习讨论附录案例;研究生教学要求更突出案例部分(含附录案例)。

目 录

上篇 旅游策划基础篇

第一章 旅游项目策划概述	3
第一节 中国咨询策划业概述	6
第二节 旅游项目及其相关概念	10
第三节 旅游项目策划的概念、类型与特征	13
本章思考题	20
第二章 旅游项目策划的原理及方法	21
第一节 旅游项目策划原理	21
第二节 旅游项目策划的原则	24
第三节 旅游项目策划的方法、内容与程序	26
本章思考题	41
第三章 旅游项目可行性研究	42
第一节 我国可行性研究进展	42
第二节 旅游项目可行性研究的内容	45
第三节 旅游项目与工业项目可行性研究的对比分析	50
本章思考题	58
第四章 旅游地形象策划	59
第一节 旅游地形象策划概述	59
第二节 旅游地形象策划的内容与方法	65
本章思考题	75

第五章 旅游市场与旅游品牌营销	76
第一节 旅游市场营销策划概述	76
第二节 旅游市场数据收集的内容与方法	86
第三节 旅游品牌营销策划	97
本章思考题	105
第六章 旅游产品策划	106
第一节 旅游产品概述	106
第二节 旅游产品开发与策划要点	111
第三节 旅游线路产品策划	117
本章思考题	124
第七章 旅游商品策划	125
第一节 旅游商品概述	125
第二节 旅游商品策划要点	132
本章思考题	138
第八章 旅游地产项目策划	139
第一节 旅游地产(项目)概述	139
第二节 旅游地产(项目)开发的原则、模式及其产品化路径	143
第三节 旅游地产景观设计要点	153
第四节 旅游地产项目开发运营模式	160
本章思考题	174
下篇 旅游策划专题篇	
第九章 乡村旅游发展策划	177
第一节 乡村旅游研究概述	177
第二节 国外乡村旅游发展经验对我国的启示	182
第三节 中国乡村旅游的发展实践	185
第四节 乡村旅游项目策划	192
本章思考题	200

第十章 生态旅游策划与管理	201
第一节 生态旅游的内涵及其研究进展	201
第二节 生态旅游项目策划与管理要点	206
第三节 自然保护区生态旅游项目策划与管理	208
本章思考题	215
第十一章 城市旅游项目策划	216
第一节 城市旅游的概念及其特点	216
第二节 城市旅游项目策划要点	220
本章思考题	237
第十二章 工业旅游项目策划	238
第一节 工业旅游概述	238
第二节 工业旅游项目开发与策划	243
本章思考题	250
第十三章 会展及旅游节庆活动策划	251
第一节 会展及旅游节庆活动的概念及进展	251
第二节 会展旅游项目策划与管理要点	259
第三节 旅游节庆活动策划	265
本章思考题	274
第十四章 探险旅游项目策划	275
第一节 探险旅游概述	275
第二节 探险旅游项目策划要点	282
本章思考题	288
第十五章 民俗文化旅游项目策划	289
第一节 民俗及文化旅游概述	289
第二节 民俗文化旅游项目策划要点	293
本章思考题	308

第十六章 创意旅游项目策划	309
第一节 创意旅游概述	309
第二节 创意旅游项目策划要点	312
本章思考题	321
第十七章 主题旅游项目策划与管理	322
第一节 主题旅游项目的概念及类型	322
第二节 主题街区项目策划与管理要点	329
第三节 主题公园项目策划与管理要点	337
第四节 红色旅游项目策划与管理要点	347
本章思考题	354
第十八章 休闲度假旅游项目策划	355
第一节 休闲度假旅游概述	355
第二节 休闲度假旅游项目策划要点	362
本章思考题	374
附录 旅游项目策划案例选编	375
参考文献	402

上篇

旅游策划基础篇



第一章

旅游项目策划概述

教学目的、要求：

了解咨询与策划的意义与联系；准确把握旅游项目及旅游策划的概念及其与旅游规划的区别和联系；理解旅游项目策划的特征。

教学重点：

旅游策划的概念及旅游项目策划的特征。

【案例 1-1】

万绿之宗 彩云之南——昆明世博会理念策划^①

一、关于世博会

(一) 世博会概述

世界博览会 (World Expo) 是一项由主办国政府组织或政府委托有关部门举办的有较大影响和悠久历史的国际性活动，历来被誉为世界经济和科学技术界的“奥林匹克”盛会。

首届世博会于 1851 年在英国伦敦举办，至今各国先后举办了 40 多次各类博览会。纵观世博会的历史，举办者大都是比较发达的欧美国家。截至昆明世博会之前，在亚洲只有日本和韩国举办过世界博览会。

(二) 园艺博览会

世界博览会有综合性和专业性之分。园艺博览会是专业性的博览会，是由主办国为广大参展国提供参展舞台、参展国政府出资在东道国无偿提供的展区内建立自己独立的展馆，或在东道国为其准备的展馆内进行装修及布置展品，以便充分展示参展国在园

^① 编者根据王志纲工作室资料改编：<http://www.wzg.net.cn/News/Read.php?vid=268>。

林、园艺领域内的成就。

（三）昆明世博会

中国 1999 昆明世界园艺博览会是经国际展览局（Bureau of International Exhibition, BIE）和国际园艺生产者协会（Association of International Producers of Horticulture, AIPH）批准，并正式注册的 A1 类专业博览会，是由我国政府主办、云南省人民政府承办的 20 世纪末最大规模的国际盛会，主题为“人与自然——迈向 21 世纪”。昆明世博会于 1999 年 5 月 1 日开幕，10 月 31 日闭幕，历时 184 天，会址设在中国云南昆明市北郊金殿名胜风景区，占地 218 公顷。

该次世博会举办期间，先后有 5 位外国国家元首和政府首脑、115 个外国使节团和国际组织代表团前来参观，入世博园参观的海内外游客总人数达 1 000 多万人次。69 个国家和 26 个国际组织参加了本届世博会。其中，84 个国家和国际组织参加了室内展出，35 个国家和国际组织建造了 34 个室外展园，51 个国家和国际组织举办了馆日活动。全国 31 个省、市、自治区以及香港特别行政区、澳门地区和台湾民间组织均参加了昆明世博会。

二、项目策划背景

1996 年年底，云南省负责人亲赴巴黎扛回了举办世博会的大旗。最初云南省政府只是把这次大会作为提高云南省知名度的活动来看待。待筹备工作正式开始后不久，世博局发现筹备工作远非想象的那么简单：不仅会期长（共 184 天），投资巨大，资金短缺，时间紧迫，经验匮乏，而且只能成功，不能失败，绝无退路。如此庞大的项目，指望用边设计、边施工、边修改的传统方式运作，将会非常困难。对于如何把主办一个会议当作一个项目来经营心中没底，担心单靠云南省烟草的财力很难支撑，搞不好此会成为一填钱的“无底洞”，成为全省人民的沉重包袱。1997 年 7 月，为了以超常思路办好世博会，云南省政府邀请王志纲工作室作为世博局聘请的经营及形象策划顾问介入世博会。1997 年 8 月，工作室项目组成员和旅游、金融专家抵达昆明，开始实地考察工作。

三、项目分析

（一）巨大挑战

在世博会的历史上，主办地大多是发达国家中经济实力雄厚的中心城市，而我国第一次主办世博会，主会场就放在偏远的内陆城市昆明。如果仅仅是为办世博会而办世博会，这对于经济落后、综合经济实力较弱的云南省来说，将是一个沉重的负担。但办好 20 世纪最后一届世博会是中国政府向全世界作出的庄严承诺，是一项不容推脱的政治任务。

（二）空前机遇

从天时来说，云南经过改革开放以来 20 年的发展，正好到了产业升级换代、二次创业的关键时期，正处于“丑小鸭变成白天鹅”的前夜；从地利来讲，更具有先天的优