



高等院校旅游管理专业规划教材

# 旅游规划与开发

主 编 白翠玲 秦安臣  
副主编 董 硕 杨建朝 康晓梅

BOARDING TIME

FLIGHT



SEAT



GATE



# Tourism



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



高等院校旅游管理专业规划教材

F590.1/070

封套内

# 旅游规划与开发

主 编 白翠玲 秦安臣

副主编 董 硕 杨建朝 康晓梅



01906821

# Tourism



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS  
浙江大学出版社

## 内容提要

本教材主要包括以下几个模块:第一,旅游规划与开发的理论基础模块;第二,旅游规划与开发流程模块,包括资源、市场、形象、产品等部分。第三,旅游规划与开发的支撑模块,包括接待和服务设施规划,保障体系等部分。除此之外,还包括案例分析模块。本教材注重基本理论、基本知识的介绍和基本技能的训练,力求阐述全面、结构合理、内容准确、观点鲜明、资料翔实、简洁实用,可作为高等院校旅游管理本科生、研究生及成人学习的教材。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游规划与开发 / 白翠玲, 秦安臣主编. — 杭州:

浙江大学出版社, 2013. 7

ISBN 978-7-308-11910-8

I. ①旅… II. ①白… ②秦… 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 170826 号

## 旅游规划与开发

主 编 白翠玲 秦安臣

副主编 董 硕 杨建朝 康晓梅

丛书策划 朱 玲

责任编辑 樊晓燕

装帧设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 浙江省邮电印刷股份有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.75

字 数 359 千

版 次 2013 年 7 月第 1 版 2013 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-11910-8

定 价 29.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcb.tmall.com>

浙江大学出版社

## 前 言

旅游规划是随着旅游实践的发展而发展起来的一门综合性、实践性的学科。当前旅游消费体现出全民性、日常性和创新性。全民性是指在现阶段人均国内生产总值达到3000美元时,几乎全民都是旅游的消费主体,旅游业成为与人民群众切身利益相关的事业;日常性是指旅游正在成为人们日常的刚性消费需求,逐渐成为人民的一种生活方式;创新性指的是人们的需求总是要求旅游消费不断升级、质量不断提高、产品不断创新。这三个特性要求旅游供给方提供新颖产品、综合产品,满足消费者复杂的消费需求和社会心理,这是对整个消费环境的综合考验,也是推动旅游业社会化生产的重要因素。旅游规划是实现旅游业满足旅游需求的重要保障。

在以上背景下,政府引导管理逐步规范。2009年国务院《关于加快发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号)决定,把旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。《我国国民经济和社会发展十二五规划纲要》明确提出了“把扩大消费需求作为扩大内需的战略重点”和“把推动服务业大发展作为产业结构优化的战略重点”,将“积极发展旅游业”作为建设现代产业体系的重要内容。2013年颁布的《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》,提出到2020年,职工带薪年休假制度基本落实,旅游休闲将成为经济社会发展 and 共同富裕目标体系的要素之一。《中华人民共和国旅游法》已经全国人大正式通过,这为中国旅游业健康发展提供了国家法律的支持。同时,旅游学科一级学科地位的确立,使得旅游研究的视角、研究对象及研究内容都发生了重大变化。

基于以上背景,我们组织人员编写了此书。从形式和内容上来看,本教材有以下特点:第一,兼顾宏观规划理论与微观规划设计;第二,博采众长,注重理论性,结合实际规划与开发中的流程,形成较为系统完整的旅游规划与开发体系;第三,结合相关国家标准,体现其规范性,并结合实际中的不合理之处进行修改,体现其可操作性,切合实际需要;第四,在具体内容中,对旅游规划中的产品规划、土地利用规划、旅游接待和服务设施规划等部分进行详细阐述,这弥补了大多数同类教材的空白;第五,对于旅游功能分区、主题定位与形象塑造等内容,在宏观理论的基础上进行了操作层面的阐述,具有一定的实际性。

本教材注重基本理论、基本知识的介绍和基本技能的训练,力求阐述全面、结构合理、内容准确、观点鲜明、资料翔实、简洁实用,可作为高等院校旅游管理本科生、研究生及成人学习的教材。

本教材由白翠玲、秦安臣担任主编，董硕、杨建朝、康晓梅担任副主编，和文征、张启参编。具体分工如下：白翠玲编写第一章、第七章，康晓梅、秦安臣编写第二章，张启、秦安臣编写第三章，和文征编写第四章，董硕编写第五章、第六章、第八章，杨建朝编写第九章、第十章，全书由秦安臣指导，白翠玲、秦安臣编写大纲，由白翠玲总纂定稿。

本教材在编写过程中，参阅了大量文献资料，汲取了许多学者的研究成果，同时得到了浙江大学出版社的大力支持，在此一并表示衷心感谢！

尽管编者为一本书的编写付出了最大努力，但由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编者

2013年7月





# 目 录

第一章 概述 .....	1
【学习目标】 .....	1
第一节 旅游规划与开发的发展历程 .....	1
第二节 旅游规划与开发的相关概念与分类 .....	6
第三节 旅游规划与开发的内容与流程 .....	17
复习思考 .....	21
【附录】《中华人民共和国旅游法》中对旅游规划的规定 .....	22
第二章 旅游规划与开发的理论体系 .....	24
【学习目标】 .....	24
第一节 旅游规划与开发的理论体系构建 .....	24
第二节 旅游规划与开发的哲学理论和基础理论 .....	28
第三节 旅游规划的操作理论及技术方法 .....	31
【案例分析】北京“亚洲最大游乐园”拆除 .....	39
复习思考 .....	40
第三章 旅游资源调查与评价 .....	41
【学习目标】 .....	41
第一节 旅游资源概述 .....	41
第二节 旅游资源调查 .....	44
第三节 旅游资源评价的原则、内容和方法 .....	47
【案例分析】西藏雅鲁藏布大峡谷国家级自然保护区旅游资源调查与评价 .....	53
复习思考 .....	57
第四章 旅游市场分析与预测 .....	58
【学习目标】 .....	58
第一节 旅游市场环境分析 .....	58
第二节 市场调研 .....	64
第三节 旅游市场预测与分析 .....	69
【案例分析】锦山旅游客源市场分析及定位 .....	72

复习思考 .....	76
------------	----

<b>第五章 旅游功能分区和土地利用规划 .....</b>	<b>77</b>
--------------------------------	-----------

【学习目标】 .....	77
--------------	----

第一节 旅游功能分区的基本原则、原理和方法 .....	77
-----------------------------	----

第二节 旅游功能区的类型 .....	81
--------------------	----

第三节 旅游土地利用 .....	85
------------------	----

【案例分析】宽城满族自治县清河口村旅游功能分区划分及旅游容量测算 .....	88
--	----

复习思考 .....	91
------------	----

<b>第六章 旅游主题定位与形象塑造 .....</b>	<b>92</b>
------------------------------	-----------

【学习目标】 .....	92
--------------	----

第一节 旅游主题定位 .....	92
------------------	----

第二节 旅游形象设计 .....	95
------------------	----

第三节 旅游形象塑造 .....	103
------------------	-----

【案例分析】从“五岳独秀”到“中华寿岳”看旅游形象塑造 .....	108
-----------------------------------	-----

复习思考 .....	109
------------	-----

【知识链接】世界知名城市主题定位及形象介绍 .....	109
-----------------------------	-----

<b>第七章 旅游产品和旅游项目的规划与设计 .....</b>	<b>115</b>
----------------------------------	------------

【学习目标】 .....	115
--------------	-----

第一节 旅游产品规划概述 .....	115
--------------------	-----

第二节 旅游产品的规划与开发模式 .....	122
------------------------	-----

第三节 旅游项目的规划与设计 .....	127
----------------------	-----

【案例分析】西柏坡——新中国从这里走来 .....	131
---------------------------	-----

复习思考 .....	132
------------	-----

<b>第八章 旅游市场营销规划 .....</b>	<b>133</b>
---------------------------	------------

【学习目标】 .....	133
--------------	-----

第一节 旅游市场细分和目标市场选择 .....	133
-------------------------	-----

第二节 旅游市场战略 .....	135
------------------	-----

第三节 旅游市场营销策略 .....	139
--------------------	-----

【案例分析】承德市宽城满族自治县清河口村旅游市场营销规划 .....	148
------------------------------------	-----

复习思考 .....	150
------------	-----

<b>第九章 旅游交通和服务设施规划 .....</b>	<b>151</b>
------------------------------	------------

【学习目标】 .....	151
--------------	-----

第一节 旅游交通规划 .....	151
------------------	-----

第二节 旅游接待规划 .....	161
------------------	-----



第三节 旅游目的地服务基地的规划与建设 .....	170
第四节 旅游解说系统规划 .....	174
【案例分析】北京市旅游接待设施规划 .....	182
复习思考 .....	190
第十章 旅游支持系统保障规划 .....	191
【学习目标】 .....	191
第一节 旅游规划与开发的政策和法制保障 .....	191
第二节 旅游规划与开发的投资决策和可行性研究 .....	195
第三节 旅游规划与开发的人力资源保障 .....	205
第四节 旅游规划与开发的环境保障 .....	210
【案例分析】射灯上树,亮了天空害了树 .....	220
复习思考 .....	221
参考文献 .....	222



# 第一章 概述



## 学习目标

- 了解旅游规划的发展历程
- 熟悉旅游规划与开发的目的、意义和作用
- 掌握旅游规划与开发的内涵、特征与分类
- 了解旅游规划与开发的技术路线,熟悉旅游规划与开发的程序,掌握旅游规划与开发的内容

旅游业被誉为无烟产业和永远的朝阳产业,目前已发展成为全球最大的产业之一。许多国家和地区都把旅游业定位为主导产业或支柱产业。如何挖掘各种旅游资源,提高旅游资源吸引力;如何形成良好旅游目的地形象,促进旅游业三大效益协调发展;如何推动旅游业可持续发展已成为各地旅游业发展的当务之急。

## 第一节 旅游规划与开发的发展历程

旅游规划与开发是旅游业发展到一定程度的产物。随着旅游业的发展,无论是国内还是国外,旅游规划与开发在理论框架、方法和技术等方面,都有了长足的进步。

### 一、国外旅游规划与开发的发展历程

国外旅游业发展较国内早,旅游规划与开发在理论探索和实践应用方面的起步也早。从19世纪50年代开始,旅游规划与开发经历了初步发展、独立拓展、快速发展和深入发展等四个阶段。

#### (一)初步发展阶段(20世纪30年代至50年代末)

在这一时期,随着人们收入的增多、闲暇时间的增多以及交通工具和方式的改进,世界上一些地区的旅游业开始从小规模的零散状态转变为具有稳定的功能、一定的规模、重复运行的现代旅游系统。当时旅游开发商或经营者只关注旅游业带来的短期的经济收益,而忽视旅游对社会和环境长远的影响。为了改变现状,一些国家或地区的规划开始涉及旅游

规划,对旅游要素有计划地进行组织。20世纪30年代,英国、法国、爱尔兰、美国的学者开始做一些基础性的市场评估和场地的设计。但这只是旅游规划的雏形,并不是严格意义上的规划。20世纪50年代,旅游规划开始出现。其中,较为完整的当属1959年美国夏威夷州州立规划中的旅游规划,那是现代旅游规划的先驱。到目前为止,夏威夷仍然是旅游天堂。

这个阶段的特点有:第一,旅游规划与开发依托于城市规划或区域规划,是城市规划或区域规划的组成部分;第二,旅游规划编制内容以服务设施等硬件的建设为主,遵循经济开发的原理,对旅游本身的关注很少;第三,旅游开发者或经营者关注经济利益,对社会和环境效益关注很少;第四,旅游规划依据的理论区域经济学、旅游地理学等有明显的城市规划或区域规划痕迹。

### (二)独立拓展阶段(20世纪60年代至70年代末)

20世纪60年代到70年代中期,世界旅游业蓬勃发展,旅游市场需求逐步加大。在市场推动下,旅游规划在全球范围内扩展,出现了根本意义上的旅游规划。如斯里兰卡、尼泊尔、马来西亚、巴厘岛、斐济、法国及澳大利亚都相继制订了旅游规划。

这个阶段的特点有:第一,旅游规划已经独立于城市规划或地区规划,出现了真正的专项旅游规划;第二,旅游规划编制的核心内容为旅游资源的开发与利用,以及新旅游区的开发与旧旅游区的改造等;第三,旅游规划依据的理论基础以旅游经济学、旅游地理学为核心,兼有社会学、心理学的痕迹,但涉及不多;第四,旅游开发者或经营者对经济效益的关注依然大于对社会效益和环境效益的关注,开始关注社会因素;第五,旅游规划在全球范围内广泛发展,旅游规划理念得到很多国家和地区的认可和重视,但旅游规划与实际操作脱节,规划方法多而杂,规范化的需求日趋强烈;第六,世界旅游组织、世界银行等国际组织都在积极推动旅游规划的发展,并参与指导,出现了系统性的旅游规划研究专著,尤其是1979年由Gunn著的《旅游规划》对以后的规划实践有重要的指导价值。

### (三)快速发展阶段(20世纪80年代)

20世纪80年代,旅游规划与开发受到更多地区和国家的关注和重视,尤其是经济欠发达国家或地区。发达国家或地区开始新一轮的旅游规划的修订(如1980年的美国夏威夷规划的修订),欠发达国家或地区开始涉及旅游规划(如1981年的奴萨—坦格旅游规划)。

这个阶段的特点有:第一,随着旅游规划实践经验的积累,旅游规划的综合性 and 系统性开始体现,总体规划成为规划的主要形式。这源于旅游规划失败案例增多,旅游对环境和文化开发的负面影响受到关注,漠视当地的文化、传统和居民的价值观的消极影响开始显现,对旅游立法和旅游活动的有效组织的需求迫切,更多的国家希望通过综合性的、全面性的旅游规划来控制旅游的发展,以减轻不可预测的消极影响,避免潜在的问题的发生。第二,旅游规划的核心内容增加了旅游作为商品的需求和旅游产品的内容,但规划者对目的地相关利益者(如当地居民)的关注很少,对环境保护和文化的关注仍然较少。第三,旅游规划的研究方法和研究成果层出不穷,但是旅游规划理论并没有同步发展。Gunn在1988年出版的《旅游规划》中第一次提出了旅游系统的概念,丰富和完善了旅游规划的内容体系。Murphy在1985年出版了《旅游规划:社区方法》,强调在旅游规划过程中应有居民的早期参与,强调社会和环境在规划中的重要性。Pearce在1989年出版了《旅游开发》,认为旅游规划应该关注把社会和经济融入旅游中。其他领域的研究成果也被吸收应用到

旅游规划中来,如旅游地生命周期理论和区位论等。这些理论为旅游规划实践提供了坚实的基础。

#### (4) 深入发展阶段(20世纪90年代至今)

经过半个多世纪的发展,旅游规划与开发的理论和实践都得到了长足发展,旅游规划与开发进入了一个新的历史时期。

这个阶段的特点有:第一,旅游规划的内容、方法和程序日趋成熟,进入深入发展阶段;第二,规划者开始重视旅游资源开发与环境保护之间的关系,环境保护、社会文化以及相关利益者的分析进入旅游规划体系,可持续发展思想和方法成为旅游规划的基础;第三,旅游市场与旅游规划之间的关系受到关注和重视,旅游市场营销规划进入了旅游规划与开发体系;第四,信息技术和网络技术的快速发展为旅游规划与开发提供了新的工具,经济全球化使得旅游市场的竞争性和多元化的特点越来越明显,为旅游规划注入了新的元素。

## 二、国内旅游规划的发展历程

虽然我国的旅游规划起步较晚,但随着旅游业在我国的快速发展,旅游规划也呈现出一派欣欣向荣的景象,不论是理论探索还是实践应用,都逐步与国际旅游规划接轨。我国旅游规划与开发的发展历程可以分为四个阶段。

### (一) 探索阶段(20世纪80年代初期以前)

20世纪70年代,中国旅游业开始发展。国家旅游局等行政管理部门开始建立,旅游研究刚刚起步,旅游规划理论和实践的探索刚刚开始。

这个阶段的特点有:第一,旅游规划属于城市规划的范畴,没有独立的旅游规划,规划成员亦以城市规划师和建筑师为主,如北京大观园的规划就是由北京市规划局牵头,北京市公路局、水利局、林业局、旅游局等部门配合,建筑师参与设计的。第二,旅游规划由政府直接参与,大多属于政府行为。第三,旅游规划类型包括旅游城市规划和旅游风景名胜规划。

### (二) 积累和发展阶段(20世纪80年代初至80年代末期)

20世纪80年代,随着我国旅游业的快速发展,中国政府把旅游业确定为正式的产业门类,从此中国的旅游业进入了一个大发展的时期。一个重要的标志是,1985年12月国务院第92次常务会议明确把旅游业列入国家的“七五”计划,计划每年增加五个亿的投资。旅游业列入国家计划,就要求国家旅游局必须进行长远规划和年度计划,各地也都必须要进行中国旅游规划的长远规划和年度计划。

这个阶段的特点有:第一,该时期有了独立的旅游规划,开始编制区域旅游规划。第二,有了专门从事旅游规划的专家和学者。该时期的旅游规划者主要以旅游地理学者和园林学者为主。旅游地理学者主要从旅游资源开发与策划的角度开展旅游规划的编制工作;园林学者主要从旅游景区规划的角度开展旅游规划的编制工作。北京大学陈传康教授、中国科学院郭来喜教授、河北省地理研究所郭康、同济大学阮仪三教授和丁文魁教授等学者开始从地理学和风景园林学的角度开展旅游规划的理论研究和实践研究。如郭来喜对秦皇岛昌黎黄金海岸的规划成为中国旅游地规划范例;陈传康对丹霞山的规划、郭康对秦皇岛老岭的规划、阮仪三对江南水乡古镇的规划等,都对我国旅游规划理论的大发展产生了深远的影响。第三,旅游规划内容以旅游资源开发与策划为主,形成了资源规划的积累。

第四,旅游规划对象和成果基本上是“投资少、见效快”的优质资源区域。

### (三) 深入发展阶段中期(20世纪90年代初期至90年代末期)

这个阶段是中国旅游业快速发展的阶段,是中国政府主导旅游业发展的阶段。

这个阶段的特点有:第一,国外旅游规划理论与案例开始引进国内。1990年,中国有了第一个国际旅游规划项目——联合国计划开发署通过外经贸部国际经济技术交流中心确定为西藏旅游发展规划提供24万美元。第二,旅游资源开发成为旅游规划的主流。1993年制订了《旅游资源普查规范(试行稿)》,这标志着中国旅游规划开始走上了规范化阶段。第三,旅游开发与规划的内容开始关注旅游市场分析,规划框架经济学特征明显,旅游规划的成果客观上体现在“吃、住、行、游、购、娱”的内容框架。第四,为适应旅游业的快速发展,各个区域争相编制旅游规划,旅游规划成果数量增多,但重形式轻内容、重规划轻实施等问题严重。第五,旅游规划的编制人员和编制机构呈现多元化趋势,经济学、管理学、生态学、社会学、心理学等学科的人员也参与到旅游规划中来,充分体现了旅游多学科的性质。

### (四) 规范化和提升阶段(21世纪初期至今)

进入21世纪以后,国际经济格局发生了巨大变化,中国作为国际经济格局中的重要角色,旅游业进入了快速发展的黄金时期。该阶段,针对以往规划中出现的问题,进行规范管理,旅游规划也走入了一个有序发展阶段。

这个阶段的突出特点有:第一,国家对旅游规划规范化管理明显。2000年出台了《旅游发展规划管理办法》、《旅游规划通则》,颁布了《旅游规划设计单位资质认定暂行办法》;2001年公布了第一批甲级旅游规划设计资质单位;2013年《中华人民共和国旅游法》颁布,这些标志着中国旅游规划进入了规范化管理阶段。第二,国内旅游规划工作与国际接轨,国际专家先后参与了四川旅游总体规划、山东旅游总体规划、云南旅游总体规划等区域旅游规划。第三,旅游规划编制技术和方法创新较多,新兴理论,如系统论、控制论等;新技术,如全球定位系统、地理信息系统、遥感技术等,被引入到旅游规划中来,提升了旅游规划的质量。第四,国内旅游规划设计企业如雨后春笋般在全国各地涌现,多类型、多层次、多学科介入是旅游规划突出的时代特点,不同学科在规划思想、规划队伍组成、规划内容上开始融合,旅游规划的商业化行为引起了关注。

## 三、中国旅游规划思想的导向演进

随着旅游业的发展以及交叉学科的渗透,旅游规划导向也在不断演进,历经了资源导向、市场导向、经济导向、形象导向、产品导向和社会导向六个阶段。

### (一) 资源导向

资源导向思想盛行于中国旅游规划起步阶段的20世纪80年代初。中国旅游规划与旅游地理学的发展几乎同步。旅游地理学系统化的发展是中国早期旅游规划发展的保障和基础。因此,中国早期的旅游规划带有非常明显的地理学痕迹,规划内容主要是区域旅游资源普查、分类、评价和开发。

### (二) 市场导向

市场导向思想盛行于中国旅游规划深入发展阶段的20世纪90年代。旅游资源非优区的旅游发展成为这个阶段的关注热点。尤其是大量人造景观的出现,使人们认识到旅游资源不是旅游发展的唯一依托。即只要有市场,无论旅游资源优秀与否,都可以通过策划与



创意,把市场适销对路的旅游产品推向市场,促进旅游业的发展。在这一阶段,对旅游市场需求进行分析和评价成为旅游规划的前提和基础。

### (三)经济导向

经济导向思想盛行于旅游产业地位不断提升的20世纪末,当时形成了旅游发展规划和旅游建设规划并存的格局。旅游产业在区域经济中的定位受到重视,旅游业对区域就业和收入等影响的分析成为旅游规划的核心内容之一,强调旅游规划中的经济效益分析。

### (四)形象导向

形象导向思想盛行于深入发展阶段的20世纪末期,是市场导向规划思想的延伸。该思想缘于人们对旅游形象的认知和期望大大提高,导致形象塑造和传播成为旅游规划中的核心内容。

### (五)产品导向

产品导向思想盛行于规范化发展的21世纪初期,是资源导向思想和市场导向的综合。该思想强调在资源评价和市场分析的基础上,以旅游产品为中心,以重点项目为依托,开发适合市场需求的旅游产品体系。

### (六)社会导向

社会导向思想出现于21世纪初期。由于人们的生活水平不断提升,旅游业不断发展,尤其是《国民休闲纲要》的发布,导致休闲旅游时代的到来,旅游成为国民生活的一个重要组成部分。该思想强调旅游规划中的社会效益,在资源、市场、产品、形象、产品分析的基础上,对利益相关者的分析受到重视,尤其是当地居民在旅游业发展中的安排和组织,成为旅游规划中的内容之一。

总之,旅游规划的导向是一个不断追求创新的过程。从早期的以资源开发为导向,到产品导向和社会导向,经历了一个由传统的旅游规划阶段发展到适应现代市场机制和社会发展方向旅游规划阶段。由于旅游业面向的主要是市场,因而市场是规划开发的起点。要以客源市场为导向、以旅游地的系统规划为核心,以旅游产品为载体,最终实现社会、经济和社会效益的共同实现。

## 四、现阶段旅游规划需求新趋势

(1)由宏观逐步向微观过渡。旅游规划由省市、地区逐步向县、乡(镇)、村过渡,由不同性质的旅游区向具体的旅游景点建设和项目设施建设过渡,由旅游发展规划向旅游建设规划过渡。在空间上整体呈现由区域规划、总体规划向控制性规划和建筑性规划过渡的总趋势。

(2)更加重视规划是否符合当地客观实际,是否科学合理,重视规划的发展前瞻性与现实可操作性相统一。

(3)更加注重旅游与其他相关学科的技术手段的综合运用,实现多学科专业化分工合作。

(4)要求在旅游规划的组织实施过程中,按照相应规范化的技术标准进行科学运作,这样才能有利于对规划实行目标化管理和成本控制。

(5)快速多变的市场竞争要求规划的组织高效有力,规划的制订、修编周期将大大缩短。从这一点来看,旅游规划的快速设计时代将要来临。



## 第二节 旅游规划与开发的相关概念与分类

### 一、相关概念的界定

旅游规划的编制和实施离不开基础概念体系和基本原理的支撑。在这些相关概念中,休闲、度假和观光,休闲与旅游关系,以及旅游系统显得尤为重要,只有在规划的过程中正确认识这些概念,才能满足旅游规划的需求。

#### (一) 休闲

被称为“休闲之父”的亚里士多德说:“凡是在一种自由选择、自我满足的状态下,从事一种并无特殊目的也不感到劳累的活动,即属休闲。”他认为休闲是人生的目的,而工作是为了实现这个目的的手段。中世纪,天主控制着大部分休闲活动,其教导人们:生活的目的是为来世做准备,无所事事是灵魂的敌人,休闲的最高境界是祈求拯救的冥思。这导致人们把劳动当做最神圣、最高的境界,休闲则被看做是罪恶。这种观念一直持续到了20世纪。但产业革命、城市化,使人们闲暇时间增多,收入增加,社会压力增加,引起人们生产和生活方式的巨大变化,价值观随之变化,导致人们对劳动和休闲的认知发生变化,促进人们产生新的生活方式——休闲随之诞生。

现代休闲学始于1899年,代表人物是社会学家凡勃伦(Thorstein Veblen)。他出版的《有闲阶级论》是现代休闲学研究的开山之作。他认为休闲就是对时间的一种非生产消费,即休闲只是达到让身心放松愉悦的目的,没有实际效益的产生。这种观点忽略了休闲深层次的含义。杜马哲迪尔指出休闲包括三个密不可分的部分:放松(relaxation),娱乐(entertainment)和个性发展(personal development)。休闲是人们将自己从工作、家庭、社会的义务中摆脱出来,为了休息、转换心情、增长知识而自发地参与的,可以自由发挥创造力的任何社会活动的总称。

杰弗瑞·戈比在《你生命中的休闲》一书中写道:“要是把有关leisure的种种定义归类,就会发现它们出现在四种基本的语境中,分别是时间(time)、活动(activity)、存在状态(state of existence)和心态(state of mind)<sup>①</sup>。”Manmell(1987)认为,休闲就是“逃离常规和充满压力感的环境以及寻求身心恢复之机会”。休闲的直接存在物是时间,主要是指人们求得生存需要之外的时间。具体的休闲呈现物是表现人类生活方式的一种动态和过程,是人们体悟人生、自我完善、实现自由的需求。西方学者自20世纪80年代以来,我国学者陈传康等(1997)在20世纪90年代中后期开始注意到休闲将会是旅游发展中的一个重要契机。此后,关于休闲的研究分别从哲学、经济学、社会学的层面上全面展开,并成为目前旅游研究中的热点之一。

#### (二) 休闲与旅游

休闲与旅游在研究中存在着千丝万缕的联系。休闲是发生在闲暇时间(除了睡眠、工

<sup>①</sup> 杰弗瑞·戈比著,康箏译. 你生命中的休闲[M]. 昆明:云南人民出版社,2000.

作、吃饭等基本需要之外的时间),根据个人意愿来打发和消磨时间的活动。旅游是发生在闲暇时间的众多活动中的一种。

关于休闲与旅游的关系,始终争议不断。Crouch(1999)认为,休闲和旅游是期望与旅游之间的耦合,强调两者的相伴相生;K. Butler(1995)等学者认为旅游与休闲的联系不可避免;Swain(1995)认为旅游与休闲在理论上是互补的。越来越多的西方学者将旅行观光(旅游)视为休闲方式的一种<sup>①</sup>。如 Moore(1995)从行为学角度分析,比较旅游与休闲的游客动机和需要,他认为旅游是休闲的一种特殊形式。Leiper(1993)提出旅游的空间上位移性,是其与日常娱乐之间最大的区别。Kelly(1996)将休闲游憩方式概括为运动锻炼、户外游憩、休闲和艺术、流行文化和大众媒体、旅行和旅游等五种基本形式。

Sue Warn 在如图 1-1 所示的图的左侧绘制了两个同心圆,外圈标注 Leisure(闲暇),内圈标注 Recreation(休闲);在右侧绘制了另一个圆,标注 Tourism(旅游);左右两圆相交,Recreation(休闲)与 Tourism(旅游)共有部分称 Non-local recreation(非本地休闲),Recreation(休闲)未与 Tourism(旅游)相交部分称 Local recreation(本地休闲)<sup>②</sup>。

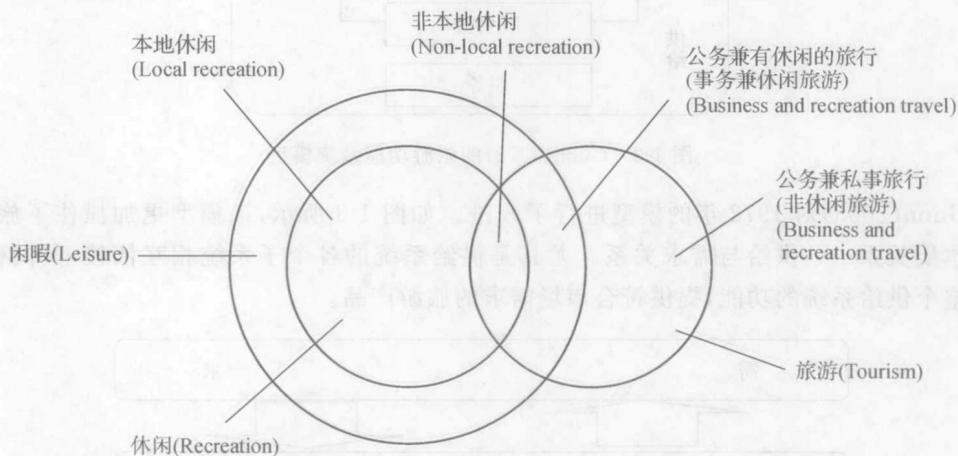


图 1-1 休闲与旅游关系图(Sue Warn 原绘,刘德谦解读)

刘德谦认为 Sue Warn 在研究中表达的主要观点:第一,从大小同心圆可知,闲暇(leisure)的范围比休闲(Recreation)更宽泛,而休闲(Recreation)虽然只是闲暇(Leisure)的一部分,但是它是闲暇的主体,是闲暇的核心。第二,左右两圆的存在,表明休闲(Recreation)或者闲暇(Leisure),与旅游(Tourism)并不是同一或者互相包容的关系。第三,左右两圆相交时,Recreation(休闲)与 Tourism(旅游)的共有部分,即离开常住地的休闲,即是图中所标的 Non-local recreation(非本地休闲),自然也就是休闲旅游了。第四,那么没有离开常住地的休闲呢,那就是图中休闲(Recreation)未与旅游(Tourism)相交的部分,既然没有离开常住地,所以自然是图中所称的本地休闲(Local recreation)了。

### (三)旅游系统

Jafari(1992)提出:“为了理解旅游业,有必要将其作为一个整体或者作为一个系统来研

① 吴必虎,俞曦. 旅游规划原理[M]. 北京:中国旅游出版社,2010

② Sue Warn. Recreation & Tourism[M]. UK: Nelson Thores Ltd, 2002.

究。”旅游规划的对象也可以理解为旅游系统。从目前的研究来看,旅游系统模型包括旅游系统的功能结构模型、旅游系统的空间系统模型和旅游系统的复杂性模型三类。

### 1. 旅游系统的功能结构模型

旅游功能系统模型的最早研究者是 Gunn(1972)。如图 1-2 所示,该模型包括需求和供给两个板块。需求板块由旅游者组成,供给板块由信息、促销、交通、服务和吸引物组成。这些要素之间相互依赖。旅游者通过交通这一媒介从市场流向旅游目的地,而市场则通过营销这一媒介从目的地流向市场。

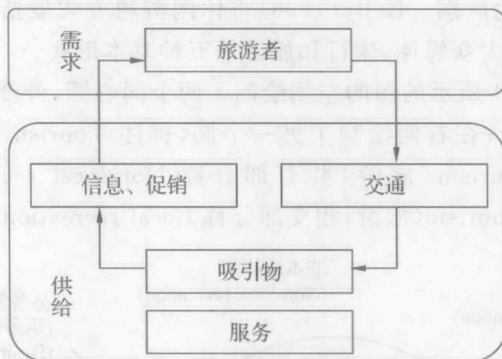


图 1-2 Gunn(1972)的旅游功能系统模型

Gunn(2003)对 1972 年的模型进行了改进。如图 1-3 所示,该模型更加抓住了旅游系统的本质关系——供给与需求关系。尤其是供给系统的各个子系统相互依赖,共同作用,实现整个供给系统的功能,提供符合市场需求的旅游产品。

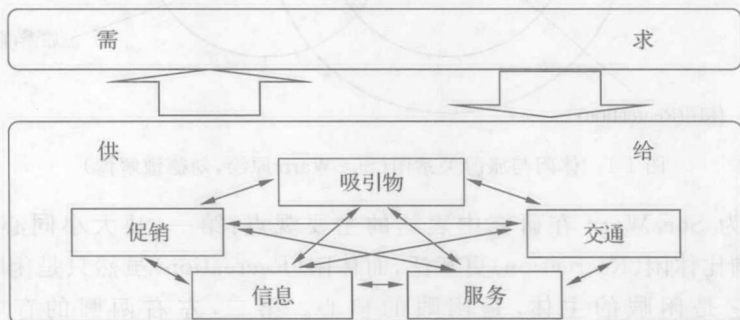


图 1-3 Gunn(2003)的旅游功能系统模型

Mill-Morrison(1992)提出的旅游功能系统模型,如图 1-4 所示。图中包括旅游者的决策系统和旅游目的地的营销系统。在营销系统中,旅游目的地通过广告、分销系统等营销环节把产品信息传递到市场,从而鼓励旅游者到目的地的旅游行为;在决策系统中,旅游者首先产生旅游需求,然后决定目的地、旅行时间和旅游方式等。这个模型明显表明了旅游功能系统有效运行的动力就在于“推”和“拉”两个作用。

吴必虎(1998)认为,在亚洲,尤其是中国,政府在旅游发展过程中控制着绝大多数的资源与权力政策、法规和行政过程会对旅游系统产生巨大影响,因此增加了一个“支持系统”。这样就形成了包括客源市场系统、出行系统、目的地系统和支持系统四个部分的结构模型,

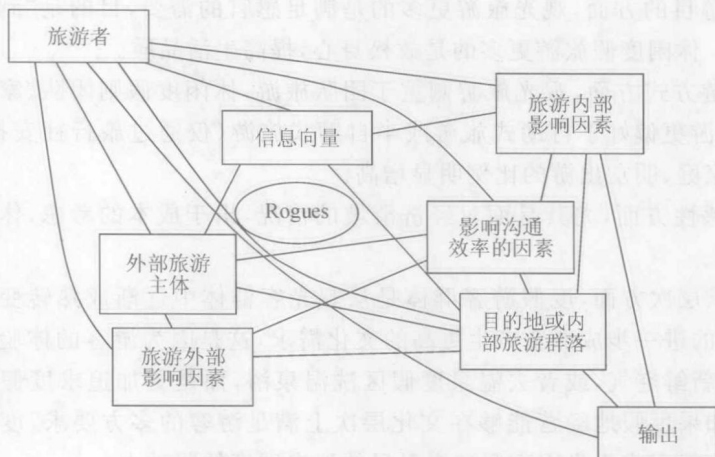


图 1-7 McKercher 的旅游混沌系统

交通等因素构成了旅游系统的子系统——旅游产业体系。Leiper 的主要贡献是把旅游功能系统投射到了地理空间上,他的模型对旅游空间结构的研究具有重要意义。Leiper 的模型应该被看做是旅游空间结构模型或旅游地理系统模型。在空间维度之外,Leiper 的模型并没有超越旅游功能系统模型。McKercher 意识到了这个问题,在他的旅游混沌模型中,存在着大量的旅游者和旅游目的地。他进一步指出旅游系统是个由非线性关系主导的复杂系统,因此,在讨论旅游系统时规模经济是不可忽视的。McKercher 把复杂系统的理论引入到了旅游分析中,但他的概念模型显然不能让人满意。他并没有很好地揭示旅游系统中非线性关系产生的原因。

### (三) 观光旅游与休闲度假旅游

#### 1. 观光旅游

观光旅游是一项最基本的旅游方式,是旅游发展的初级阶段出现的旅游形式。如观赏异国名胜,看祖国大好河山。旅游者通过到异地观光游览可以开阔眼界、增长见识、陶冶情操、怡情悦性。这是旅游业发展初期的一种旅游形式,并在一定时期内仍将继续占据重要地位。

#### 2. 休闲度假旅游

休闲度假旅游是社会经济发展到一定阶段的产物。该旅游形式的主要目的是身心放松。休闲度假旅游更多的是精神享受高于物质享受,是一个高度内涵的旅游,需要一个多样性的消费平台,以向旅游者提供高质量服务的旅游方式。在休闲度假旅游中并不排除观光旅游。

#### 3. 两者区别

观光旅游与休闲度假两者的区别主要表现在:

第一,在停留时间方面,观光旅游时间短,休闲度假时间长。

第二,在消费能力方面,观光旅游消费较低,休闲度假消费较高。从世界旅游发展规律来看,休闲度假旅游在发达地区的一些高收入人群中逐渐兴起,这种情形决定了休闲度假旅游者的消费能力的增高,且相对于观光旅游而言,在目的地停留的时间比较长,而且会产生重复消费,是很值得开发的市場。