

面向 21 世纪 课程 教材
Textbook Series for 21st Century

高等学校旅游管理专业主干课程教材

旅游规划与开发

马 勇 李 玺 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

内 容 提 要

本书是教育部“高等教育面向21世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，是面向21世纪教材和教育部旅游管理专业主干课程教材之一。本书系统地阐述了旅游规划与开发的基础理论、基本原理与研究方法。全书共分为十一章：导言和前三章主要介绍了旅游规划与开发的概念体系、基础理论和发展趋势；第四至七章阐述了旅游资源的分类调查与评价方法、旅游规划与开发的市场分析和营销对策、规划区的主题定位、功能分区以及旅游活动项目的创意设计；第八章对旅游规划与开发的各种导向模式进行了分析和比较；第九、十章介绍了如何开展旅游规划与开发的可行性分析；第十一章论述了如何建立旅游规划与开发的综合保障体系。

本书强调了理论性与实用性相结合，注重对当前旅游规划与开发方法的系统总结，可作为目前旅游院校和综合性大学旅游院系及相关专业的教材，也可供旅游系统各级旅游规划与开发领导和专业人士参考使用。

总 前 言

当代旅游业已经发展为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业，旅游业发展之快，产业带动力之强，使许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重点产业和先导产业。伴随着全球经济的不断发展，人们收入和闲暇时间的增多，交通和通讯技术的不断进步，以及冷战结束后政治隔障的消除等因素，全球旅游产业的规模正加速扩大，参加旅游的人数还将继续增加。据世界旅游组织预测：到2010年，全球旅游者将达到100亿人次，其中国际旅游者将达到10亿人次；到2020年，全球旅游者将达到160亿人次，其中国际旅游者将达到16亿人次。大众化旅游时代的到来，使旅游日益成为现代人类社会主要的生活方式和社会经济活动，旅游业也以其强劲的发展势头而成为全球经济产业中最具活力的“朝阳产业”。

在近二十年的发展历程中，中国旅游业取得了令人瞩目的成就，由传统的接待事业一跃转变为国民经济新的增长点，并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、会展、研修等多功能为一体的复合型旅游。中国旅游业的综合实力已被列为世界第五。按照世界旅游组织的预测：到2020年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。专家们预测：“21世纪，中国将成为世界主要的旅游中心。”中国旅游业持续高速增长，既依托于旅游教育整体水平的提高，也有力地推动了旅游教育的迅速发展。截止到2001年，全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到200多所，形成了培训、职高、大专、本科、硕士、博士层次完备的旅游教育体系，教育服务旅游、旅游促进教育的旅游与教育互促相长的格局已经形成。然而，瞬息万变的旅游活动实践和丰富多样的旅游形式，对与之相配套的旅游教育教材提出了新的要求，更新教材体系，丰富时代内容，注入新的成分，就成为旅游高等教育教材建设的当务之急，因而也成为2001年3月在海南大学召开的“新世纪高等学校旅游管理专业教育与发展

战略研讨会”的重要议题之一。

这次会议由面向21世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组、高等学校工商管理教学指导委员会（旅游管理专业组）、教育部高教司和国家旅游局人教司联合召开。为了保证旅游管理专业人才培养的基本规格，为了给该专业提高教学质量提供课程和教材支撑，会议在项目研究的基础上，审议确定了7门课程作为旅游管理专业的主干课程，并面向全国遴选主编，组编了与主干课程对应的教材。这7门主干课程教材是：《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销学》、《旅游心理学》、《旅游规划与开发》、《旅行社管理》、《饭店管理》。同时，为拓展教学内容，适应旅游专业对其他专业课程教材的需求，高等教育出版社在前期调研的基础上，依托工商管理教学指导委员会，在教育部高教司的支持下，组织编写了非主干课程的7门其他专业课程教材供旅游专业用，它们是：《旅游法教程》、《旅游管理信息系统》、《旅游管理专业英语》、《前台与客房管理》、《餐饮管理》、《旅游行政管理》、《导游业务》。这14本系列教材后来又经过立项评审，大部分被列为“十五”规划国家级教材。这套系列教材在总体策划和编写中突出了系统性、创新性、实用性三大特色。系统性，指系列教材较全面、系统地反映现代旅游的最新发展状况，多角度透视旅游这一特殊的社会现象和经济现象；创新性，指系列教材既注重历史内容的沉淀又关注当代旅游研究的最新成果，把普及与提高、理论与实践有机融合起来，突出教材的时代性；实用性，指系列教材具有较强的可读性和自学指导性，既有学理分析，又有案例剖析，注重方法的训练和技能的培养。因而，较适合于旅游高等院校、旅游研究机构、高等职业教育、自学考试的人员作为教材，也适合于旅游行业管理、旅游职业培训使用，对理论研究、学历教育、职业培训以及实际工作都具有实用性和参考价值。

参与此套系列旅游教材编写的单位有：南开大学、中国旅游学院、浙江大学、西安交通大学、湖北大学、云南大学、上海大学、北京旅游学院、暨南大学、海南大学、安徽师范大学、广州财贸管理干部学院等院校。在教材编写过程中，邀请了中国旅游教育界知名的教授和专家对此套教材进行了严格的审定。借此对支持和参与这套系列教材编、审工作的专家、学者表示感谢。

此套系列教材于2002年秋出版发行，欢迎全国有关院校师生和专业人士选用，并提出宝贵意见，以便逐步完善。

面向21世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组
教育部高等学校工商管理教学指导委员会（旅游管理专业组）

2002年4月

前 言

旅游业诞生于18世纪40年代，到20世纪50年代，旅游的大众化趋势日益明显。在全球和平、稳定的环境中，旅游业以前所未有的速度迅猛发展。在中国，旅游业在改革开放后的20多年中，从无到有，依次经历了性质变革、功能变革和管理变革，即由事业接待型向市场经营型转变，由单一功能的观光式旅游向多功能的参与式旅游转变，由行业内部管理向全方位管理转变。中国的旅游业取得了举世瞩目的辉煌成就，已成为国民经济中的一项重要产业。

旅游业以其广泛的产业关联效应和乘数效应，日益显露出在区域经济发展中的重大作用。因此，越来越多的地方政府已从战略上作了调整，将旅游业确定为本地区新的经济增长点。1991年在《关于国民经济和社会发展十年规划和第八个五年计划纲要》中，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12月，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。

我们应该看到，中国旅游业的发展还处于初步发展阶段，虽然旅游产业在规模和经济效益上取得了十分显著的成绩，但在数量和规模扩张的背后也暴露出了许多问题。比如，旅游业的基础设施配套问题、旅游地环境破坏问题、旅游业财经保障体系问题、旅游业从业人员素质偏低问题、旅游业市场秩序问题、旅游产品的同质化问题等。这些问题促使我们回过头来反思旅游业发展的过程和模式。

市场经济是当今社会中经济运行的主要机制，旅游业的发展同样需要在市场经济的条件下进行，通过市场经济体制中“看不见的手”来加以调节。但是市场的运作手段并不是万能的，尤其是对于旅游业这样一种具有较强综合性特征的产业来说，为了实现其快速健康的发展，必须对旅游业的发展进行统一安排和

部署，这也就是旅游规划与开发的意义之所在。

本着为旅游规划与开发的实践及人才培养提供理论依据和指导的初衷，笔者编写了此书。在结构上本书分为十一章，内容涉及旅游规划与开发的各个方面，包括旅游资源的分类与评价、旅游规划与开发的概念体系、基础理论、发展及趋势、模式分析、市场分析、主题定位、项目设计、可行性分析、效益评估以及保障体系等。本书融合了当前旅游规划与开发方面的一些前沿理论，结合了笔者近些年从事旅游规划与开发实践工作的经验，理论性和实践性相结合是本书的特点之一。

创新性是本书的另一特色。在编写的体例上，笔者是按照旅游规划的编制内容设置编写提纲；在内容上笔者力求充分体现旅游业可持续发展的理念，注重经济、社会、环境效益三者的有机统一。

中国旅游业正面临着“入世”和世界旅游热点向亚太地区转移的大好机遇，因此，我们需要认真学习和总结借鉴国内外旅游规划与开发的理论成果和经验，通过制定高质量的旅游规划和旅游产品营销策略，将中国优秀的旅游产品推向国际市场，力争实现中国旅游业的品牌化扩张，以提升中国旅游业的国际市场竞争力，取得较好的综合效益，促进中国旅游业的可持续发展。

由于时间和水平的限制，书中错误和不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

作者

2002年3月于武汉

目 录

导 论	1
第一节 旅游与旅游业	1
第二节 旅游规划与其他规划	4
第三节 旅游规划与开发的体系	7
第 1 章 旅游规划与开发的概念体系	13
第一节 旅游资源的概念与特征	13
第二节 旅游开发的内容与原则	18
第三节 旅游规划的概念与内容	23
第 2 章 旅游规划与开发的基础理论	33
第一节 区位理论的发展与应用	33
第二节 增长极理论的发展与启示	38
第三节 可持续发展理论的发展与启示	42
第四节 旅游人类学理论方法与启示	48
第 3 章 旅游规划与开发的发展及趋势	53
第一节 国内外旅游规划与开发的历史回顾	53
第二节 旅游规划与开发的发展趋势	57
第三节 国内外旅游规划与开发研究的热点	59
第 4 章 旅游资源的分类体系与评价	75
第一节 旅游资源的分类	75
第二节 旅游资源综合评价	83
第三节 旅游资源综合评价方法	87
第四节 旅游资源调查方法	95
第 5 章 旅游规划与开发的市场分析与营销对策	101

第一节	市场分析的内容	101
第二节	市场调研与市场分析的程序和方法	111
第三节	旅游规划与开发的营销对策	114
第 6 章	旅游规划与开发的主题定位和功能分区	125
第一节	旅游规划与开发的主题定位	125
第二节	旅游规划与开发的主题形象定位	129
第三节	区域旅游空间功能分区	138
第 7 章	旅游规划与开发的项目创意设计	147
第一节	旅游项目创意的概念	147
第二节	旅游规划与开发项目创意的原则	154
第三节	旅游项目创意设计与程序	158
第 8 章	旅游规划与开发的导向模式	163
第一节	资源导向模式	164
第二节	市场导向模式	167
第三节	形象导向模式	170
第四节	产品导向模式	173
第 9 章	旅游规划与开发的可行性分析	179
第一节	旅游规划与开发的可行性分析概述	179
第二节	旅游规划与开发可行性分析的理论基础	184
第三节	旅游规划与开发可行性分析的方法	190
第 10 章	旅游规划与开发的效益评估	195
第一节	旅游规划与开发的评估原则	195
第二节	旅游规划与开发效益评估的内容体系	197
第三节	旅游规划与开发效益评估的方法	200
第 11 章	旅游规划与开发的保障体系	211
第一节	政策保障体系	211
第二节	市场保障体系	216
第三节	财经保障体系	218
第四节	人力资源保障体系	223
第五节	环境生态保障体系	232

导 论

第一节 旅游与旅游业

一、旅游的产生

旅游是人类社会的一种特殊的短期性的生活方式，是一种综合性的社会经济文化现象，也是人类社会经济发展到一定阶段的产物。综观世界旅游发展的脉络，其演化历程大致可分为以下三个历史阶段：古代旅行、近代旅游和现代旅游。

（一）古代旅行

1. 旅行的产生

人类旅行活动到底始于何时、何地、何人，要作出准确的回答是很困难的，因为无论是从考古中还是从史籍中都还没有找到确切的证据。

首先，三次社会大分工是旅行产生的根本前提。农业和畜牧业开始分工，形成了两大产业，加快了人类社会发展的步伐；手工业从农业和畜牧业中分离出来，比第一次分工更大地促进了社会生产的发展，导致了物物交换和生产力的大发展，生产力的发展又扩大了物质交换的种类、范围和数量；而商业从农业、畜牧业和手工业中分离出来产生了商人阶层，这些人到处奔走，开创了旅游先河。

其次，奴隶制经济的繁荣和国家的形成促进了旅行活动的多样化。奴隶制社会中，体力与脑力劳动之间产生了更深入更细致的分工，提高了生产力，促进了交换的扩大。随着经济的繁荣，商业旅行被极大地推动了。同时宗教旅行的发展也较为突出。古希腊的提洛岛、特尔斐和奥林匹斯山是当时世界上著名的

宗教胜地，在建有宙斯神庙的奥林匹亚，“奥林匹亚庆典”是最负盛名的盛典，节庆期间，举行赛马、赛车、赛跑、角斗等体育活动，这种活动发展到今天，成为现代的奥林匹克运动会。而国家的统一结束了混战和争夺，社会秩序相对稳定，旅行开始呈现出多样化发展的特征。

2. 旅行向旅游转变

工业革命是推动旅行向旅游转变的关键，其从以下几方面推动了旅游的发展：

(1) 工业革命推动了新式交通工具的产生，使较大范围、较远距离的旅行成为可能。蒸汽机的发明是这次工业革命的重要标志，它的改进和应用，解决了交通运输的动力问题，促成了新的交通方式的产生。1807年发明的蒸汽船不仅速度快，而且载量大，缩短了旅途时间，降低了旅行费用，直接推动了旅游活动的发展。1825年之后，各主要工业国家相继修建了铁路。铁路运输具有速度快、成本低、运量大等特点，因而成为深受旅游者欢迎的交通方式。铁路时代的到来，使人们逐渐抛弃了以公共马车为交通工具的旅行方式，而且使一般劳动者能用低廉价格和较少时间去享受旅游的乐趣，从而使大规模、远距离的外出旅游活动发展起来了。

(2) 工业革命带来阶级关系的新变化，扩大了旅游者的规模。工业革命前，往往只有贵族和地主才有金钱和时间从事非经济目的的消遣性的旅游活动。工业革命造就了工业资产阶级，从而使生产财富不再只流向封建贵族和大土地所有者，而且也流向了资产阶级，从而扩大了有财力外出旅游的人数。此外，工业革命还造就了大批靠出卖劳动力为生的工人阶级。随着生产力水平的提高和工人阶级的不懈斗争，使工人阶级工资逐渐增加，带薪假期成为可能，因此参加旅游的阶层和人数迅速增加。

(3) 工业革命极大地加速了城市化进程，促进了城乡之间人员的流动量。工业资本主义时代的到来，机器化大生产，流水线的作业方式，大规模的工厂生产，吸引着大量破产的农村人口涌向城市，涌向工业企业。工业化的机器生产大大地提高了生产力水平，提高了劳动效率。随着城市化进程的发展，城市与农村的交流越来越频繁，人员的旅行和流动也逐年增加。

(4) 工业革命改变了人们的工作性质以及生活方式，为旅游的大众化创造了条件。随着人口大量涌入城市，原先那种随农时变化而忙闲有致的多样化农业劳动开始被枯燥重复的单一性大机器工业劳动所替代。这一变化最终导致人们需要适时地逃避节奏紧张的城市生活和拥挤嘈杂的环境压力，产生对返回自由、宁静的大自然中去的追求，以便能从中获得短暂的休息和调整情绪的机会。因此，人们对离开工作去作短暂旅游产生了强烈的需求。可以说，工业革命导致了旅游大众化时代的到来。

（二）近代旅游

1841年7月5日，托马斯·库克利用包租火车的方式组织了570人从莱斯特乘12英里火车到拉夫巴罗参加戒酒大会，而且库克联系铁路局仅以每人1先令的低廉票价发售了往返票。路上，库克随车热情的照料使人们感到非常满意。库克本想借此机会宣传禁酒主义，却意外地尝到了组织旅行的甜头。这次活动标志着近代旅游及旅游业的开端。1841年，世界上第一家旅行社——通济隆旅行社（Thomas cook & Son Ltd）的成立则标志着世界近代旅游的诞生。而托马斯·库克则由于他在旅游方面所做的杰出的贡献，被人们誉为“近代旅游业的先驱者”。

近代旅游的发展具有以下特征：

（1）生产率的提高和社会财富的增加，扩大了旅行和旅游的人数。但是，能参加真正消遣旅游的毕竟只限于少部分人：一是少数正在成长的中产阶级，他们要求到就近的山地风景区和海滨胜地作短暂的旅游；二是那些中上层人物，他们有更多的金钱和时间到异国去旅游，例如到地中海旅游，或是欧洲人到北美去旅游。

（2）近代旅游产生于近代交通工具发明之后。陆地旅游除了继续使用马车以外，铁路成了主要的交通工具。铁路的发展不仅能远距离地运送很多人，而且可以花少量的钱和少量的时间去旅行。轮船的大型化和高速化，极大地便利了海上旅行。

（3）随着旅游人数的增加，旅游胜地得到了迅速的发展。过去的名胜景点，主要依靠其自然魅力来吸引旅游者，人工的雕琢不多。而到了近代，旅游点附近建起了大量的旅游设施，人文旅游资源开始与自然景色融合，改变了单调的旅游形式。

（4）旅游饭店的出现。随着旅行向旅游转化，产生了为中产阶级服务、使游客感到舒适而又追求经济利益的食宿服务机构——旅游饭店。

（三）现代旅游

现代旅游是指第二次世界大战以后，特别是20世纪60年代以来迅速普及于世界各地的社会化大众旅游。

该阶段的旅游呈现出以下的特征：

- （1）国内旅游占多数。
- （2）区域旅游是国际旅游的主体。
- （3）地区间发展不平衡。
- （4）发展速度不稳定。

二、旅游业

(一) 旅游业的概念

旅游业在经济学的范畴内是不能以标准产业形式存在的。因为在经济学中旅游及其相关活动是被划归为“住宅、公用事业和居民生活服务业”一类的。然而在实际中，旅游业却是一个真实存在的产业。在旅游学界，人们对旅游业的一个基本定义是：旅游业就是以旅游者为服务对象，为其旅游活动创造便利条件并提供其所需要商品和服务的综合性产业。

(二) 旅游业的构成

人们通常认为旅游业的构成要素是：旅行社、旅游交通、旅游饭店，这三个构成部分又被称为旅游业的三大支柱。但是近年来，更多的人意识到除了这三大旅游支柱外，还有许多的产业组成要素是旅游业发展所不可缺少的。因此有人提出了旅游业的五部门构成的观点，即旅行社、旅游交通、旅游饭店、旅游景点和旅游管理部门。因为这些部门之间存在着不可分割的关系，即通过吸引、招揽和接待外来旅游者促进旅游地的经济发展。

第二节 旅游规划与其他规划

旅游规划是旅游发展到一定阶段才出现的对旅游系统的规划与控制，是人类旅游活动发展到一定层次的标志，是旅游产业得以不断升级和提高的方法。从人类社会发展的历史来看，随着文明的进步，人类对发展目标的选择和对社会的自我控制的力度和范围也一直在不断地增强和拓展，人类社会发展模式的选择、城市规划的出现、科技发展规划的出现、可持续发展战略的选择等都意味着人类文明的巨大进步。

这里主要就旅游业发展规划与其他规划的关系来探讨一下如何通过旅游规划的编制来更好地协调旅游地的发展问题。

一、旅游规划与城市规划

旅游规划与城市规划的关系应该是相互协调、互为补充的，一般旅游城市的

规划更应该在制定城市的功能定位和城市的功能分区时，与旅游学者进行充分的探讨，只有这样才能保证城市的功能得到最大的发挥。

从规划的发展角度来说，城市规划的发展年代较旅游规划产生的年代早。城市规划早在城市的建设发展初期就已经存在了。可以说，从城市开始建设那天起，城市的管理者和建设者已经以各种形式开始了对城市建设和发展的规划。从那些世界上古代都城的发掘就可以发现，其实有规则建造的城市在人类的发展早期就已经存在了。从这一点来看，编制旅游规划时应该考虑本地、本城市的发展规划是如何制定的，对其内容应有一个基本的了解，从而在适应城市发展规划的前提下，保证旅游业的发展得以顺利进行。

但是，要求旅游规划适应城市规划，并不意味着城市规划具有决定作用，旅游规划要一味地妥协于城市规划。同时，要明白一个事实，即任何一个规划的编制都不可能是一次性成功的，它需要在发展过程中，根据反馈信息逐步地予以修订和完善。因此，旅游规划与城市规划应该建立一种互动的关系，即在编制旅游规划的时候邀请一些城市规划的专家参与，考虑旅游规划的内容是否与城市发展规划相冲突；而在对城市规划进行意见征询和修订讨论时，旅游规划的编制人员又应该适当地指出城市规划中不合理、不适宜旅游业发展的地方。如在国家大力发展旅游前，很多城市都是以发展工业为其功能定位的，而其中的很多城市具有很好的旅游资源条件、旅游客源市场以及交通条件。在这样的情况下，旅游规划方面的专家应该主动向城市的规划管理部门提议，修订城市的功能定位，并对城市的分区和城市基础设施的建设予以适当调整。

实际上，城市规划和旅游业发展规划是统一的，只不过城市规划具有更强的系统性和综合性，而旅游规划是城市规划的一个方面。因为城市的功能有许多种，而旅游功能只是其中之一，所以旅游规划与城市规划要在长期内形成一致，共同促进当地旅游业的发展和经济、社会、生态环境的进步。

二、旅游规划与社会经济发展规划

所谓社会经济发展规划，是指通过对区域社会经济的发展预测，并深入研究该地区的发展战略目标、发展模式、主要比例关系、发展速度、发展水平、发展阶段以及相关的其他各种关系，而制定的相关的发展策略以及方针和政策。社会经济发展规划虽然在名称上是从社会和经济两个方面来考察区域的发展，但是在内容上更加侧重于经济的发展和进步。由于社会经济发展规划是对区域发展的综合性规划，因此对于其他各类和各级的规划均具有约束性，其他规划的制定都应该以区域的社会经济发展规划为依据。

同旅游规划与城市规划的关系一样，社会经济发展规划是从一个更高层次上对区域的各个方面的发展予以综合考虑和平衡控制。所以旅游规划是区域社

会经济发展规划的一个重要的组成部分。两者的不同之处在于，社会经济发展规划是从区域社会经济发展的目标、发展预测和发展方针的制定方面来约束区域发展的；而旅游规划则是从中观和微观的角度来揭示区域内旅游发展的内在规律，研究制定相应的旅游发展目标、发展战略并预测旅游发展趋势，并对旅游发展过程中的旅游资源开发与保护以及旅游基础设施建设、旅游服务质量保证体系、人力资源开发保障等内容进行规划。可见，旅游规划与区域社会经济发展规划的关系是一种宏观和中、微观的对应关系。

三、旅游规划与区域规划

区域规划是指特定区域的宏观综合性规划，其规划的主要内容是对人口的居住区、工业区、农业区以及第三产业的分布进行总体布局；此外还要对国土的整治和综合利用进行规划，如为了解决社会发展过程中产生的人口、环境、资源等问题，而对国有土地资源的合理开发利用、治理保护等方面进行研究。这两个方面构成了区域规划的主要内容，即通过各种技术手段对区域的产业布局和国土资源利用进行整体性、合理的开发、建设和保护。区域规划按照不同的地域等级可以分为不同级别的规划，如乡镇级的发展规划、县市级的发展规划、省级的发展规划以及国家级的发展规划，等等。

旅游规划与不同等级的区域规划之间的关系就像其他的专项规划与区域规划的关系一样，是对区域规划的充实与深化。旅游规划，一方面借助区域规划在水利、工业、农业、林业、交通、城镇布局等方面所创造的条件，另一方面通过区域旅游资源的利用论证与综合安排，为区域规划的制定提供基础依据。

我国旅游规划的起源就是社会经济发展规划的一个组成部分，如我国最早涉及到旅游的规划就是国家林业局对林业资源进行的规划，以及作为区域规划组成部分之一的“风景名胜区规划”等与旅游业相关的空间规划。在旅游业真正成为人们所重视的一个产业以前，旅游规划还没有自己明确的定位，它游移于区域规划与社会经济发展规划之间。而在此之后，旅游业发展规划已经成为了一个独立的系统规划，同时成为区域规划和社会经济发展规划中的一个重要部分。通过旅游规划，旅游系统在区域层次上实现社会经济发展规划与区域规划的整合，这在规划技术上是可行的，对于增强区域旅游发展竞争力也是十分有益的。

四、旅游规划与项目开发规划

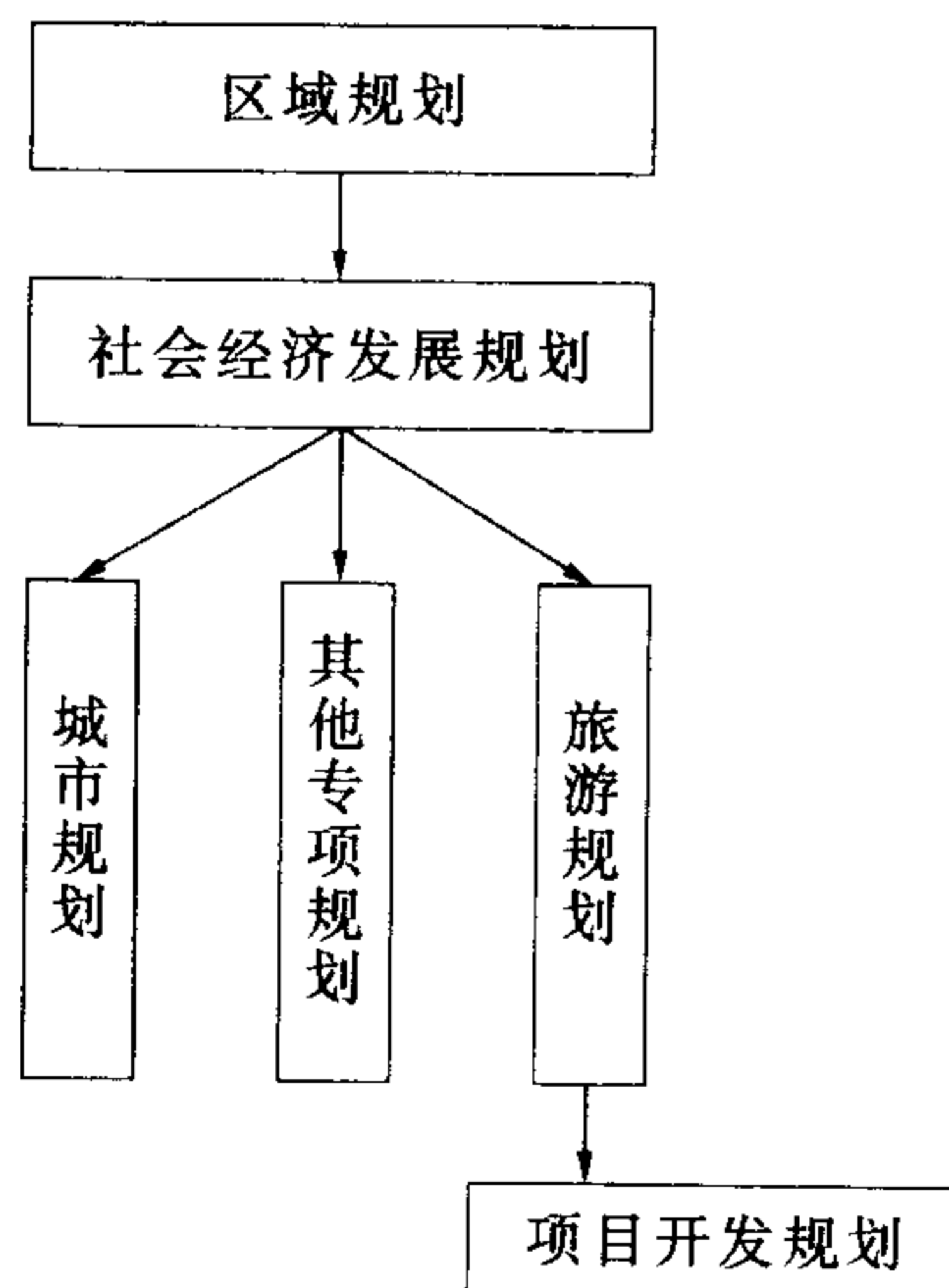
项目开发规划是一种现实性较强的规划类型，它的形式可以有很多，常见的有旅游线路规划、项目建设可行性研究、旅游区修建性详规等。其中，旅游区修建性详规是城市规划中的传统领域。

现在随着市场经济的发展，旅游开发区在发展时呈现出了以下的特征：旅游

开发区投资主体日趋市场化和多元化。目前许多旅游开发区在建设时采用完全的商业化运作，投资者需要对拟投资的项目进行项目可行性研究，然后再决定是否进行投资。于是这就对旅游规划提出了较高的要求，在旅游规划中对旅游产品的项目设计必然要求在旅游行为心理、旅游市场竞争、项目创意策划、旅游形象、旅游组织、本土文化、环境等方面加以综合考虑，既符合当地旅游发展的特色，又能满足投资者获得经济利益的要求。

由此可见，旅游规划与项目开发规划是相对的宏观和微观的关系。在旅游规划时要对旅游区内的旅游项目和节庆活动做一个大致的设计，而旅游项目开发规划则是将旅游规划中这样的一种规划安排加以落实，并为投资者提供投资的可行性分析，项目开发规划的编制要符合旅游规划的制定，不能与旅游规划冲突。

综合上述分析，我们可以将旅游规划与其他类型规划的关系用下图表示：



总地来说，旅游规划与其他规划的关系是互动和协调的关系，但是两者一定不能产生冲突，只有这样区域发展的目标才能实现。

第三节 旅游规划与开发的体系

旅游规划与开发是区域内旅游实现可持续发展的基本条件之一，是当地旅游资源进行合理开发与规划的依据。从区域旅游发展的内容来看，旅游规划与开发应包括以下三大结构体系：旅游规划与开发的目标体系、旅游规划与开发的方法体系、旅游规划与开发的支撑体系等。

一、旅游规划与开发的目标体系

旅游是物质文明、精神文明、生态文明相结合的一种更高层次的社会、经济活动。而旅游规划与开发的作用就在于用它来指导、规范今后相当长一段时间内，政府对旅游事业发展的宏观管理和科学的决策。因此，在旅游规划与开发的过程中，需要制定相关的目标，如短期目标、长期目标、战略目标、经济发展目标、社会文化发展目标、生态环境目标，等等。这些与旅游规划和开发以及旅游业的发展相关的一系列目标就构成了旅游规划与开发的目标体系。

（一）旅游规划与开发目标体系的分类

旅游规划与开发的目标形式，按照不同的标准可以分为不同的类型。如按照旅游规划目标的内容尺度，可分为旅游规划与开发的总目标和分目标。总目标就是旅游规划与开发的总参考点，它规定了旅游规划对象发展的总水平和总方向。因此，在制定旅游规划与开发的总目标时要保持其概括而明确的特点。在大多数情况下，由于规划与开发所涉及的方面较多，不可能就用一句话概括规划与开发的总目标，往往使用一个目标的组合来表示其总目标。

而分目标有两个不同的类型，一种是时间上的分目标，另一种是从规划与开发目标制定的内容上来进行说明的分目标。

从时间上来看，所谓的分目标就是将旅游规划与开发期分成若干个阶段（通常是近期、中期、远期），然后以总目标为方向，以基础条件和可能的手段为依据，预测和识别发展状态的有序性变化。分目标可以被分解为数个阶段的目标组，其中由于远期目标组距离规划与开发期的时间很长，常常会因为形势的变化而难以预料。

从旅游规划与开发的内容上来看，旅游规划与开发的分目标可以从旅游业的各个行业的发展上以及旅游规划与开发的各项效益上对旅游规划与开发总目标进行细致的进一步阐述。据此，旅游规划与开发的分目标可被分为：旅行社发展目标、旅游饭店发展目标、旅游交通发展目标、旅游娱乐业发展目标、旅游商品和商业发展目标，经济发展目标、社会发展目标以及环境发展目标等。

此外，旅游规划与开发的目标系统还可以将内容和时间结合起来组成更为具体的旅游规划与开发的分目标体系。

（二）制定旅游规划目标体系的原则

旅游规划与开发工作过程中，对于其目标体系的建立或制定应该引起足够的重视，在制定旅游规划目标体系时要遵循以下的原则：

1. 概括性原则

旅游规划与开发的目标体系关系到旅游规划与开发的方向，其涉及的内容十分广泛和复杂。因此，在制定旅游规划与开发的目标体系时，要用十分概括的语句，明确地表示出本地开发旅游资源所应达到的各项目标。

2. 可达性原则

旅游规划与开发目标体系的制定，必须是切实可行的，即在一定的条件下，只要通过努力是可以达到的。否则，所制定的目标就没有现实意义。

3. 一致性原则

由于旅游规划与开发的目标是一个综合性极强的体系，因此各个目标之间，如总目标与分目标之间、分目标与分目标之间都应该保持内容上的一致性。

4. 时效性原则

旅游规划与开发与其他项目的开发一样，具有较强的时间性。人的旅游需求是会随着时间的变化而变化的，因此要在大多数旅游者旅游需求发生改变之前，完成旅游规划与开发的任务，这就要求所制定的目标有一定的时效性。

二、旅游规划与开发的方法体系

旅游规划与开发的方法是多种多样的，因为旅游本身就是一门新兴的边缘科学，而旅游规划则更是一门全新的学科。衡量一门学科的成熟与否，主要的一点就是看它的理论方法体系是否成型和完整。因为系统的基础理论方法是指导旅游规划研究和实践的必要条件。

旅游规划与开发在发展过程中已经形成了其独有的理论方法体系，尽管这些理论方法体系不一定成熟，但是从其系统性来说已经是趋于完整了。旅游规划与开发所涉及的内容有旅游资源的考察、市场的调查、产品的设计、功能的分区、旅游线路的设计等，这些规划的内容均借鉴了相关学科领域内的方法和技术。

如在旅游资源的考察中，旅游资源的种类是十分繁多的，在自然旅游资源里面有许多是地质地貌方面的资源，在对这些资源进行考察时不仅需要旅游方面的专业知识，更需要地貌地质方面的方法和技术；在对人文旅游资源进行考察时，同样有时需要考古之类的知识作为支撑。

在旅游市场分析和调查中，市场学的理论和统计学的方法是工作环节中必不可少的；在旅游产品设计、功能分区和旅游线路设计时，不仅要懂得建筑规划和设计的理论方法，还要掌握人类心理学的相关理论方法，以辅助设计，使旅游规划达到最佳效果。

可见，旅游规划与开发的方法体系错综复杂，并且正处于不断发展变化和日趋成熟的时期，许多新的学科理论逐渐被融入和借鉴进了旅游规划与开发中，如人类学和社会学的许多理论现在已经在指导旅游规划与开发的实践了。