

## 绪 论

当今旅游业以其神奇而美好的形象成为世界经济发展最活跃的一部分。旅游作为一项愉快而美好的活动已成为一种全球性的社会、经济、文化现象成为人类社会生活的一项重要内容，从而也就成为现代文明与进步不可分割的组成部分。人们利用各种机会和条件到异国他乡去游览到优美风景之地到历史文化名城之域到高原山地、河川平原、湖泊海滩、森林沙漠……到一切能够得到愉悦和美的享受的地域去观光、消遣、疗养、度假从而获得身心的满足和精神的调节。

我国具有丰富的自然旅游资源和人文旅游资源。在中国辽阔的国土上有着各种各样的地理环境、地貌类型以及生物、水体和气候气象旅游资源从中国西部山区到东南沿海罗列着高原、山地、盆地、丘陵、沙漠、草原、平原、湖泊、河流、海滨等不同的自然景观。从北而南又分布着寒温带、中温带、暖温带、亚热带、热带不同的气候带。这些地理地貌环境与气候带的叠加，形成了丰富多彩的自然旅游资源。

我国是一个具有五千多年历史的文明古国。我们的祖先在长期的生存斗争、生产劳动和各种社会活动中创造了不同时期的文明积淀了不同板块、不同时代、不同层次的丰厚文化资源。全国各地保存了大量不同历史阶段的文化遗存包括社会活动的、宗教的、军事的、科学的、文化艺术的、经济的等方面的古建筑、古工程

和其它古代遗存。这些丰富的旅游资源在国际旅游市场上具有相当强的吸引力。

应当指出，丰富的旅游资源，只有经过科学规划，合理开发和科学管理，才能充分地被旅游者所享受和利用。所以要想使我国的旅游业占领世界旅游市场，吸引更多的国内外旅游者，必须有计划地评价、拟定切实合理的开发计划和进行科学的规划与管理，使这些已经开发和潜在的旅游资源充分发挥其效益和作用，从而很好地为我国旅游业服务，为经济建设做出贡献。由此可以相信，随着我国市场经济的发展和对外开放政策的深入，我国的旅游业作为一项新兴的产业一定会得到迅速的发展。

## 一、旅游开发

旅游开发是为了发挥、改善和提高旅游资源的吸引力而从事的开拓和建设。主要是针对旅游活动而进行的各项开发，如旅游市场开发、旅游资源开发和旅游区开发等，尤其以旅游区开发最为关键。旅游区开发是一种综合性的开发，是一切分项开发的基础和前提。

## 二、旅游规划

所谓旅游规划即是一种长远的计划，是旅游发展的纲领和蓝图，是一个国家或地区国土整治、资源开发和国民经济发展规划的组成部分。其重要意义在于确定一国或一地区旅游发展的方向、规模、目标和速度。按其内容和性质可分为总体规划和具体分项规划，按规划范围又可分为国家、区域和地方旅游规划。

## 三、旅游管理

旅游管理涉及的面非常广泛，就内容而言，有旅游经济、旅游企业、旅游法律、旅游资源、旅游市场、旅游价格、旅游设备、旅游商品、产品及旅游人才管理等 就部门而言 有旅行社、旅游饭店、旅

游行政部门、风景区、娱乐区和度假区等从管理范围而言有宏观和微观之分就管理方法而言有传统管理、计划管理、现代化管理等。作为旅游区的管理而言，很可能是一项综合性的复杂的管理工程体系。

#### 四、旅游开发规划与管理所涉及的学科

根据旅游资源的定义可知，凡能引起人们旅游兴趣的一切资源，一切对象物、事与物都可以作为旅游资源进行开发、规划的对象和研究内容。旅游开发规划和管理所涉及的学科包括自然科学类——地质、地理、生物、天文、水体、气候…… 社会与人文科学类——历史、军事、文学艺术、民俗、建筑、经济、市场、医学等除此之外还涉及旅游管理和环境保护类的许多学科。

另外，旅游规划的对象是一个具体的旅游地或旅游区，所以也即是旅游地规划。它涉及的规划面很广，其中包括风景园林规划，旅游专项设施（饭店、宾馆、娱乐设施、购物部、体育设施等）规划，基础设施（交通、通讯、供水、供电、卫生保健、安全、保险等）规划，旅游管理部门布局、旅游加工工业和供应部门布局等所涉及的领域有社会、经济、文化、环境、市场、金融、政治、土地利用等。

# 第一章

## 旅游区开发战略和规划理论基础

当今世界旅游业面临的主要问题之一是如何保持旅游业的持续发展，而旅游区开发和规划及管理则是促进旅游业发展的先决条件和关键。

### 第一节 旅游区开发战略

旅游区开发和规划是该区域旅游业发展的前提，是区域经济开发和规划的重要组成部分，也是一个国家或地区国土资源开发、利用和规划的重要组成部分。20世纪80年代以来，世界上一些具有发展旅游条件的国家和地区，都在采取各种对策和措施，花费很大力量对旅游业的战略目标及其相应的对策进行研究，制定适合本区域经济特征和资源特色的旅游发展战略。但是，不论制定何种规模、何种形式的旅游发展战略，都离不开对旅游区的选择和圈定，离不开资金的筹措以及管理人员和机构的确定，由此构成旅游区开发战略的三大主题。这三大主题分别称为：①基础战略；②资金战略；③管理战略（人才战略）。

## 一、旅游区的确定——基础战略

旅游区的确定和旅游资源的调查评价是旅游区开发规划的基础。特别是关于旅游资源的形态结构、向性结构、功能结构及品位价值的调查研究，更是确定旅游区规模大小和开发导向的前提条件，在此基础上进一步研究旅游区的区域经济背景和区位条件，从而为旅游区开发和规划奠定基础。

### 1. 旅游资源形态结构

旅游区旅游资源形态结构是指该地旅游资源的展布或排列特征，以及各组成部分（景观点）之间的搭配与协调关系。旅游资源的展布特征有三种基本类型：点状展布、线状展布和网状展布。

(1) 点状展布型——旅游区的旅游资源展布面积范围较小，一般不超过 50 平方公里 资源的密度大 分异度和丰度一般不太高。例如北京香山公园为一座历史悠久的山林公园，主峰为位于西部的香炉峰（鬼见愁）景点非常集中 多以人文型的亭台、楼阁、馆、寺、庙、塔为主 自然型资源景观点较少 所以分异度较低。点状风景区的典型例证有广东西樵山风景区（14 平方公里）福建海坛风景区（35.5 平方公里）辽宁兴城海滨风景区（42 平方公里）等。

(2) 线状展布型——旅游区风景带的展布以线形或条带形呈长条状展布，其规模可有小、中、大型。我国各地有很多沟谷或冲沟、河流、山谷间的旅游风景区，即属于此类。例如贵阳的花溪公园、海南通什度假村、杭州的九湾溪，即属于小型线状展布的旅游风景区。四川的九寨沟可作为大型“线状”旅游区的代表。

其他线状结构型者还有长江三峡、桂林漓江风光、北京十渡风景区等。

(3) 网状展布型——旅游区风景景观呈片状展布于区内，也称面状展布型。例如张家界旅游区即是典型网状展布型，总面积约 360 平方公里。该旅游区划分为三大区：索溪峪、天子山和张家

界。区内景点、景带丰富多彩，实际为点、线相结合的产物。仅以张家界风景区为例，其内又可以划分为若干小区，即：①水绕四门风景小区（点状展布）；②金鞭溪风景小区（线状展布）；③沙刀沟风景小区（线状展布）；④腰子寨风景小区（点状展布）；⑤黄石寨风景小区（点状展布）；⑥老磨湾风景小区（点状展布）等六个小区。

旅游资源的形态结构是旅游地规划中旅游路线和旅游空间布局设计的重要依据之一，所以对于一个旅游区的规划建设而言，首先要搞清楚其展布特征。

## 2. 功能一向性结构

旅游区旅游资源的功能与向性结构，主要指旅游资源被旅游者使用的方式是观景为主型还是度假型、休养型、朝拜型或参与型等，其规模大小、吸引力和知名度决定着其吸引向性。一般可分为三重结构，即：国际海外向性、全国向性和本地向性。国际海外向性指的是对外国旅游者或华侨、港澳台同胞产生较强吸引力，其客源市场主要在海外和港、澳、台；全国向性是指对本国人民产生较强吸引力，其客源市场主要在国内本地区之外的其它地区；本地向性指只对本地居民产生较强吸引力，其客源市场主要在本地区。这三重结构常常是互相重叠的，例如，云南路南石林吸引的游客既有海外游客，也有全国各地游客和本地游客。有的地区旅游资源则只具有某一方面的吸引向性，如黔东南以苗族、侗族等少数民族风情为主体的人文旅游资源，其吸引向性主要是国际海外向性，游客主要是海外游客，而它又具备全国向性。旅游资源的吸引向性主要是由旅游资源的质量和性质决定的。旅游资源的级别越高，其吸引向性结构越多，吸引力就越大，吸引范围就越广。

## 3. 区位条件

区位条件主要指旅游区与依托城市的关系，首先是距离的远近和交通条件，其次是与依托城市的旅游资源的异同性，其三是周边地区人口的稠密度。其中与依托城市间的距离和交通条件至关

重要，它决定该旅游区的可进入性。一般认为在距依托城市（也称中心城市）150公里的半径范围之内，其区位条件一般都比较好。例如武汉市北部的木兰湖风景区距武汉市的距离比较近，又靠近107国道，武汉市及周边城镇人口密度大，木兰山为道教活动地，又有新开辟的木兰湖度假区和原始森林区，由上可以判定其区位条件比较好。

#### 4. 区域背景

区域背景主要指其经济发达程度，这直接影响到对旅游区开发的投资能力、开发规模和导向。对于区域经济发达的地带，其旅游资源的品位和丰度值高，则投资能力强，开发规模自然会大。若旅游资源品位低、丰度值也低，则可以根据区域经济发展的需求，进行大规模投资而予以开发。例如深圳地区开发的人造景观即是典型例证。相反，对于区域经济不发达的地带而言，尽管旅游资源品位高、丰度值也高，其投资受到区位环境和经济条件的限制，开发规模就不会大，或者实行逐步开发的方针。

区域经济发达与否，还影响到区域劳动力素质的高低，影响到区域所承受的由于旅游开发而带来的社会意识形态和通货膨胀等变化的能力。一般而言，区域经济发达，对旅游业带来的各种影响的承受力则大一些；区域经济欠发达的地方，承受力则小一些。这也制约着开发规模和开发程度。

由上可以看出，我国作为一个发展中国家，由于经济不发达，在选择旅游区时，首先要考虑其区位条件和区域经济情况，而旅游资源的品位价值则是第二位的。但对于一些经济发达的国家而言，主要考虑旅游资源的品位、功能和价值，而区位条件是第二位的。其区域经济条件优越，客源市场需求量大，消费层次高，且具有良好的交通工具和设施，完全可以弥补区位条件的一些不足。

## 二、资金筹措——投资战略

对于旅游区的开发而言，资金是将资源优势变为现实的必要条件。风景区各类设施的建设，交通设施，服务行业各类设施，诸如交通集散站（车站、机场）、宾馆、商业网点、娱乐设施以及其他基础设施（水电、通讯、安全、卫生等部门）都需要资金。关于资金的筹措方式，在我国有六种基本来源：①政府投资；②地方各单位集资；③有相当经济实力的工矿企业或公司赞助；④引进外资（包括海外与国外）；⑤合资；⑥内部集资。

外资与合资方式的投资，往往只限于旅游区的某一类项目或设施方面，特别是见效快的项目，如宾馆、饭店是最乐于投资的项目，而对景点方面的建设投资则不十分积极。对于工矿企业和一些经济实力强的集团可以在景区资源开发方面作些文章，因为一个旅游区的开发，对于这些大企业和大集团的职工度假、疗养是非常理想的地方。这种投资多属于互利性质，旅游区可以给工矿企业职工提供疗养、避暑、休憩、观光和娱乐等旅游服务。所以就这一层意义而言，地方各单位集资和工矿企业、公司的赞助有广阔的前景。对于一些小型景点和旅游设施可以利用内部筹资的方式，这些景点投资少，可以通过门票把资金很快收回。

总之，采用多方式、多渠道筹集建设资金，是我国当前旅游区开发的较好方式，也是我国旅游发展的比较理想的资金来源。另外，开展横向联合，发行股票、债券向社会集资，可以弥补国家开发旅游资源的资金不足，单凭风景区或旅游区当地政府的财力，很难在近期内实行开发。

## 三、管理机构——人才战略

管理机构是旅游区开发、规划得以正确、顺利实施的关键，也是对人力资源的开发和利用。管理者的素质集中体现在政治素

养、道德品质和聪明才干方面。这些取决于管理人员的精神文明素质、知识层次和专业素质。这群人是聚集资金、管理资金和用好资金并使旅游区开发规划得以实现的重要保证。

美国经济学家 T. W. Shultz 指出：人的质量是经济发展的最重要因素，经济发展主要取决于人的质量而非自然资源的丰瘠或资本存量的多少。F. H. Harbison 也谈到：人力资源是国民财富的最终基础，资本和自然资源是被动的生产因素；人是积累资本，开发自然资源，建立社会、经济和政治并推动国家向前发展的主动力量。因此作为决策者、管理者的人的科学化和现代化是旅游资源开发和规划的决定因素。

管理机构由决策者、参谋者、策划者和操作者、施行者三个群体组成。所谓决策者是该组织（集团）的总裁，实施总体开发、规划的领导层；所谓参谋者或策划者，主要指制定开发规划的各方面的专家、学者层，其中包括经济学专家、社会学专家、自然科学如地质、地理、生物、气象、环保、土地规划各科专家、建筑学家、园林学家、历史学家、文物学家甚至军事学家等；所谓操作者乃指各分支部门的管理者和执行者。三个群体的人员首先必须有创业精神与敬业精神，要有敏锐的洞察问题的能力，要有科学的文化的涵养素质才行，否则这个群体将是一盘散沙，将会是一个盲目的蛮干的群体。

## 第二节 旅游区开发程序

一个地区的旅游开发过程的工作程序，一般有以下几个步骤：  
关于旅游区开发的可行性论证——这是一切重大决策的前提；  
旅游区开发导向模式的确定——这影响到该区旅游规划的目标和旅游业发展的方向；③旅游开发规划的制定和布局的安排——这是旅游区开发战略的实施基础；④实施规划。它们分别由战略

决策层、计划管理层和组织操作(运作)层三个管理者群体来完成。

在旅游区的开发过程中，旅游的供需关系和市场导向始终是决策者们关注的核心问题。因为旅游开发的目的是经济效益，连接供需之间的纽带也是经济。旅游资源的性质、规模、吸引力等决定了该旅游区可能提供何种性质和多大规模的旅游活动。作为旅游供给者而言，一方面要了解本区旅游资源的性质和开展的旅游项目，另一方面也要调查了解旅游需求（主要是旅游客源市场）对该区域旅游资源的兴趣，或者了解本区旅游资源能够吸引何种旅游需求，即何种旅游客源市场，在此基础上确定本区旅游开发导向。

### 一、旅游区开发可行性论证

开发可行性论证包括以下三个方面：

#### 1. 旅游资源评价

旅游资源评价首先是对资源本身的特性特质进行评价，如美学价值、科学价值、历史价值等。其二是对旅游区的综合评价，包括环境容量、景观地域组合、景观的分异度和丰度值、资源展布的形态结构和可进入性评价；其三是旅游区所处区位条件，与依托城市的关系；其四是经济因素方面的评估，包括开发条件、施工条件、地区经济条件、区域经济背景等；其五是旅游区社会和生态环境方面的评价。

#### 2. 客源市场分析

客源市场分析主要是研究旅游需求，研究旅游客源市场的结构类型和特征，特别是有关旅游需求的行为层次结构。从旅游的供求关系可知，如果没有客源市场，旅游资源开发和旅游区规划则无意义，也不会有任何经济效益。没有市场也就无人投资和开发，所以说旅游客源市场分析是旅游区开发的前提。

客源市场对旅游的需求在一定程度上对旅游区的开发导向有

很大影响。旅游区的旅游资源要不要开发 如何开发 采取什么样的开发导向模式 往往有赖于对客源市场进行调查、研究后才好做出决定。

客源市场分析的指标主要有：客源地的地理位置及特征；客源地的社会与经济发展情况；③对旅游活动的态度和参与兴趣；

④年游客人数和经济支出；⑤主要旅游动机；⑥客流量随季节的变化；⑦各类旅游区和旅游活动的逗留作用；⑧游客的文化层次、经济收入水平；⑨游客与旅游目的地的各类关系（如血缘、文化交流、科学协作等）；⑩旅游者的年龄、职业等；⑪客源地国家或民族的风俗习惯和信仰；⑫客源地国家的多数公民的爱好等。客源地的地理概况值得重视的原因主要在于这个国家或地区本身所赋存的旅游资源特征 比如日本国 距我国很近 使旅游活动很容易实现 又因日本自然旅游资源相对比较单调 出外旅游的兴趣就浓 再如关于客源国公民的爱好 日本人男女老幼都比较喜欢登山活动 我国和日本从官方到民间有不少的登山协会，每年都进行登山互访活动。在以上客源市场诸因素中 供给地与需求地 也即旅游目的地和旅游客源地之间的距离是非常重要的影响因素。根据每年来华人员的统计也基本是遵循这样一种规律。另外，愈是靠近经济发达国家或地区的旅游资源，其开发利用的价值便愈优于远离经济发达区的旅游资源。国内外大量事实表明：旅游资源的价值并不与旅游消费市场成正比，在很大程度上则取决于供需两地之间的距离。我国东部和东南沿海地带与周边国家或地区距离比较近，如日本、韩国、东南亚诸国和南亚诸国、我国台湾和香港地区。根据 1996 年有关旅游业年检的 10 项指标考核显示 前 10 名依次为上海、广东、山东、云南、浙江、福建、江苏、四川、北京、广西。若根据‘接待人天’单项指标来看 前 10 名依次为上海、广东、四川、浙江、北京、云南、山东、河北、福建、江苏。以上情况基本上反映出客源市场与旅游区间距离的这种规律。

### 3. 旅游区域经济基础

旅游区的开发需要区域经济基础作后盾，没有经济实力，没有足够的开发资金、投资条件、交通、通讯、劳务、水电等开发工作很难实现。在当今世界，作为第三产业的旅游业是区域生产综合体的重要组成部分，它与区域经济发展的各产业有着密切关系，诸如工业、农业、牧业、副业、渔业和商业等尤其是工业各部门的轻工业、建筑业、副食加工工业、手工业（工艺品加工、旅游纪念品加工等）、养殖业和电业、交通、通讯等。因为旅游区的开发必须带动与旅游服务相关产业的兴起及劳务市场的调整，改变原先的经济综合体的布局、结构和相互依赖关系。由上述内容可以推断经济发达地区便于旅游资源的开发，比如北京西南十渡风景区的开发，其旅游资源的美学价值远不如广西北部河池地区的一些自然景观区，但由于区域经济发达，投资条件好，其开发的速度要比河池地区快得多。另外民族特色与地方特色突出的地区也便于旅游资源的开发，如云南西双版纳地区具有典型的傣族风情，近年来其旅游开发速度有相当快的进展。

## 二、开发导向模式确定

旅游资源开发导向也就是旅游区的发展方向。这主要取决于该地区旅游资源的功能特征、旅游层次和旅游项目的开展，同时考虑客源市场需求特征。旅游资源结构和旅游市场结构决定了旅游区的开发导向模式。随着旅游业由卖方市场向买方市场的转变，市场导向越来越重要，因此，旅游区开发导向模式越来越依赖于旅游市场的需求。

我国的客源市场有如下的特点：我国周边国家和地区的几千万华侨每年回国探亲、旅游，从而形成了比较稳定的客源市场；我国的一些佛教圣地如五台山、峨眉山、普陀山和九华山其旅游资源除自然型的山林风光外，其主要旅游功能是各类佛事活动（布

道、求法、朝圣等)其开发导向当是宗教旅游为主体,我国的其它名山——黄山、庐山、泰山和张家界、九寨沟等地则以美丽的风景吸引国内外游人。另外,有些国外旅游者对中国悠久的历史和文化也有较浓厚的兴趣。世界旅游组织秘书长弗兰加利(1998)非常看好中国旅游业前景,他认为中国不仅拥有海滩、平原和山脉,而且是世界文明古国之一,中国五千年文明史就是最大的旅游资源。

就目前而言,我国的旅游开发导向应该在宗教旅游、古文化旅游、观光旅游、探亲旅游、民俗风情旅游、体育旅游、会议旅游(科学考察)和商务旅游等方面多做文章。

### 三、旅游区开发与规划设计

旅游区开发与规划的设计主要包括以下几个方面的内容:

#### 1. 旅游区规划

首先根据旅游资源的性质、特色,划定其范围和保护地带,划定景观和服务功能区;其次是旅游区景观资源构景规划设计。构景的原则是因地制宜、因景制宜和充分表现地方特色。作为新开辟的旅游区而言,多数以自然风景为主体(除人造景观园外),人文景观应为陪衬,恰当地利用天然地域组合主次搭配。自然景观有着其天生的各种自然美感,各类用地规划与设计,应该更能衬托和进一步加浓、渲染烘托这些美感,而不是破坏和削弱这些美感,特别是各类功能的建筑设施,一定要严格遵循与自然景观相协调的“三宜三不宜”原则(即宜低不宜高、宜散不宜聚、宜土不宜洋,地方特色)。

#### 2. 确定旅游区的主体形象

已经开发利用的风景区,大多都具有自己特有的主体形象,人们一提到这个风景区马上会在脑子里形成一个概念。如广西桂林——“桂林山水甲天下”湖南张家界——奇特的“砂岩峰林”山东泰山——五岳独尊,以其神威庄严而折服游人。新开发

的旅游区，游人还不太了解其资源特色，作为规划设计者在一开始就应该根据该区资源的独特性，打出自己的“王牌”，树立主体形象，广泛地进行宣传和促销。

### 3. 旅游资源开发序列和层次

旅游资源开发的主次和先后顺序应根据本区旅游资源特色、优势与客源市场的旅游需求，以及其依托中心城市经济结构和市场特色等来确定，并要大力宣传本区的“拳头”产品——特色旅游资源，以此作为重点开发对象进行规划设计。湖南张家界和四川九寨沟旅游资源的开发，首先对其风景景观的美、特异、奇，进行广泛的宣传，然后围绕自然景点进行规划设计，确定开发的先后顺序、游览路线、开发规模和投资规模等。

### 4. 服务产业与设施规划布局

一个完整的旅游经济功能区必须有三个基本条件：其一，具有吸引游客的自然与人文旅游资源；其二，要有布局合理、完善和功能齐全的旅游生活服务与食宿网点；其三，要有能满足游客消遣与消费需求的旅游商品生产能力和生产水平。在规划时，应根据本区旅游资源的品位、向性、价值特色和功能与旅游客源市场的需求等来确定其产品导向和企业规模，并兼顾与该区其它企业的关系，尽可能地形成互补和协调关系，而不可相互竞争。

### 5. 环境与资源保护措施

为了实现旅游资源可持续利用，为了保证旅游区经济的持续性发展，旅游区的资源保护、环境保护与生态保护是至关重要的。若旅游资源和旅游区的环境与生态一旦遭到破坏，一方面这些自然界经过亿万年，少则也在万年左右形成的天然景观将永远地不复存在，靠人的力量是无法恢复或重建的；另一方面也就失去了旅游区发展旅游业赖以依托的基础，没有吸引人的旅游资源和景观，便失去了游客，没有旅游者，与旅游有关的各类服务和产业也就不能生存下去。因此，环境与生态保护不是一时的权宜之计，而是旅

游区规划建设始终要贯彻的一项重要方针和政策，防止环境污染和破坏，把旅游区建设成为一个良性循环的、自然与人类协调发展共存的区域空间。

### 第三节 旅游区规划的理论基础

对于一个区域而言，旅游区规划是该区域内旅游规划的主体组成部分，它是该区域旅游发展的纲领和蓝图。从纵向上看它是国家总体战略规划的一个组成部分，从横向上看又与其周边各地区的经济和旅游规划相协调。

旅游业是一个综合性很强的产业，它既有经济性特点，又有文化性内涵。依经济而言，它要涉及到工业、农业、交通、贸易、商业等多种产业；依文化而论，又涉及到许多学科和领域。所以旅游规划是一项具有多层次、多程序、多部门、多学科的纵横交错的矩阵型规划。其中有一系列的理论和实践性问题需要作出回答。这些问题包括旅游规划的本质或含义、目的、特点、原则、内容、类别，以及规划的步骤、方法等。

#### 一、旅游区规划的含义

所谓规划就是对未来可能的状态所进行的一种设想或构想。美国著名的管理学家赫伯特·A·西蒙曾说：“规划是要对未来做出不同情景的设想，找到达到不同情景所可以采取的不同策略，以及评判最终结果对未预见因素的敏感程度。”这样的设想及其目标是必须通过人们的努力，并施以必要的行动才能实现的。更重要的是，一个规划并不仅仅是有限的几个目标的实现，而是作为一个无限过程的某一过程或某一阶段。

旅游区规划是区域总体发展规划的一种部门规划，是旅游未来状态的设想，或是发展旅游事业的长远的、全面的计划。这种规

划与常规的城市规划不同，城市规划主要是对城市的经济、文化、政治和社会实体进行设计和安排，而旅游区规划却要求对旅游发展目标 and 途径作出选择，这在城市规划中是无法解决的。可见，旅游区规划有其独特的内容和要求。

## 二、旅游区规划的目的

旅游区规划是一个国家或者一个地区的总体发展战略的组成部分，是为达到总战略目标服务的，那么它的总目的就在于：从旅游这一领域或系统，实现国民经济和社会发展总体规划所提出的向量和要求，有计划、有步骤地发展旅游事业，以减少盲目性，增加自觉性；避免自流性，实现计划性。总的战略方针确定后，具体目标就不难制定了。因为作为一国未来时期内全部社会经济活动的总纲，是决定旅游经济部门具体目标的基本出发点。

旅游区的旅游规划的目的主要为：

### 1. 协调好区域间的关系

旅游区规划一般分国家、区域、地方三个不同级别的层次（有时可能涉及到跨地域的国际旅游规划）。它们之间的关系必须是协调的、相互联系和制约的关系。国家层次的旅游规划是根据国内外旅游者的需求及旅游业在我国国民经济中的地位和作用制定的，它的奋斗目标是通过区域规划和地方规划加以落实的。区域旅游规划相对于国家旅游规划是中层次的规划，地方旅游规划相对于区域旅游规划是低层次的规划，其间必须受高层次的旅游区规划所制约。也就是说，低层次的规划主要是分别落实国家或区域旅游规划对其提出的目标和要求。所以，如何保持各层次旅游规划之间的协调、平衡关系，是开展旅游规划的一项基本目的要求。

### 2. 加强管理

通过建立一套与风景资源结构相对应的结构变换（线性、非线性

性、拓扑等)模式,为旅游管理提供战略性方向及对策。规划是一种人工设计系统,必须使其做到内外结构彼此适应,即要适应自然法则,又能符合人们的目的要求,以结构的对应变换为基础建立适于本区域的旅游适应性系统。国家层次旅游规划所提出的接待游客目标及对游客的供给能力,必须与国内外旅游者的需求和该国拥有的风景资源规模、质量相适应;区域和地方层次旅游规划所提出的接待及供给计划,又必须与本地的客源市场和风景资源结构相适应。可见每一层次旅游规划,都要在风景资源结构、旅游行为结构、客源市场结构之间力求建立起适应本区的对应变换模式,这是加强现代旅游系统管理的重要奋斗目标。

### 3. 发展经济

该规划应充分发挥地区优势 扬长避短 消弊兴利 最大限度地促进旅游经济起飞。各个地区由于区位条件、资源质量、旅游环境、服务接待能力和水平的差异,对旅游开发必然存在着两种相反的因素:促进因素和障碍因素。旅游规划就是要客观地权衡两种因素的影响,制定出适合本地实际情况的旅游发展指标和对策,使旅游需求和供给更加趋于平衡。这是发挥区域系统整体效应,加速发展旅游经济的重要措施,也是旅游规划工作所遵循的基本目的之一。

## 三、旅游区规划的特点

旅游区规划不同于其它部门的规划,这是由旅游活动的广泛性、多层性、综合性、节律性、带动性等特点所决定的。旅游规划必须顾及不同性别、年龄、职业、文化程度、兴趣的游客心理需求,考虑全球、区域、地方等各层次旅游者的利益和动向,尽量满足工业、农业、交通、商业以及文物、环境、宗教、园林等部门的合理要求,还要适合各地区本身的自然特点。只有这些方面都考虑了,旅游规划才是一个比较理想的、具有自身特色的规划。这种规划切实可