

第一章 旅游规划的理论基础

“规划”一词有“谋划”、“筹划”、“全面的长远的发展计划”等多种含义，与不同的主词搭配具有完全不同的内涵，如行业规划、用地规划、形态规划等。每个行业、每个部门都要编制本行业、本部门的发展规划。旅游业也不例外，从国家旅游局到省市旅游局、旅游企业都要编制相应的旅游发展规划，全面安排、协调旅游发展的各个环节。规划在建设系统具有特定的含义，城市总体规划、交通规划、绿地系统规划、环境保护规划、风景名胜区规划等都有明确的内涵和编制程序。我国的旅游规划特别是旅游地规划基本上都是由建设系统规划设计部门完成的，如主题园、度假区、风景旅游区、游乐园等。以土地利用和形态规划设计为特色的旅游地规划在实际运营中暴露出很多问题，症结在于项目设置不合理，背离了市场需求，必须从根本上寻找解决问题的办法，即从规划理论和规划管理两方面入手，以正确的理论引导合理的规划。

我国旅游规划的发展经历了三个阶段：第一阶段是 20 世纪 80 年代的被动发展阶段。以风景区开发为代表，旅游管理系统开始组建，旅游开发与资源保护矛盾在认识上严重分歧，资源导向的旅游开发居于主导地位，旅游形态以观光旅游为主，旅游交通瓶颈现象突出，各地大量建设饭店宾馆，供不应求与供过于求现象同时并存。第二阶段是 20 世纪 90 年代初的主题园阶段。由于锦绣中华主题园的示范效应，各地主题园如雨后春笋纷纷建起。特别是邓小平南方谈话以后，旅游业作为一项产业受到各级政府的重视，几

个不同类型的主题园在这一阶段居于主导地位。从 1993 年以后，随着国家旅游度假区的确定，很多省市分别设立了省级、市级旅游度假区，很多开发商以开发度假区、旅游区的名义大搞房地产开发，这时的旅游规划实质上是房地产开发规划。第三阶段是从 1994 年开始的度假区阶段。旅游规划正式被提上议事日程。针对旅游发展的无序和旅游项目的盲目开发，如何理性地发展旅游业引起政府、学者和开发商的关注，各方面开始探讨旅游规划的理论、方法、内容等。开发商开始重视旅游项目策划，有识之士开始思考旅游规划如何从一般建设规划的圈层中走出来形成自己的技术路线和规范。1997 年全国旅游工作会议明确提出旅游行业“实现两个根本转变”的改革目标，经济体制要从计划经济向社会主义市场经济转变，经济增长方式要由粗放型向集约型转变，坚持把旅游业作为经济产业来办，坚持把促销和建设作为旅游业的大事来抓。在这个指导思想下，我国旅游业面临产业调整和二次创业的艰巨任务，二次创业的核心是市场开发和市场导向下的产品优化和更新，而旅游规划是其核心的核心。

第一节 旅游规划的性质

旅游规划具有以下性质：

第一，综合性。旅游业是建立在第一、二产业和部分第三产业基础上的服务性行业，涉及到交通运输业、旅馆业、饮食业、邮电通讯业、娱乐业、文化卫生业、自然资源、商业、农业、工业等，主要是生产用于满足旅游者精神需求的产品，是功利性与非功利性统一的产业。旅游规划要综合考虑这些与旅游业直接相关或间接相关的产业，使之协调发展。

第二，依赖性。旅游业发展水平很大程度上依赖区域经济发展水平。旅游系统是依赖于很多行业支持的系统，没有这些行业

的支持，旅游系统就难以运行。这些支持行业具有双重任务：一是满足旅游系统运行的需要；二是满足自身及其他产业正常运行的需要。旅游规划必须协调这些行业与旅游业的关系（如图 1—1 所示）

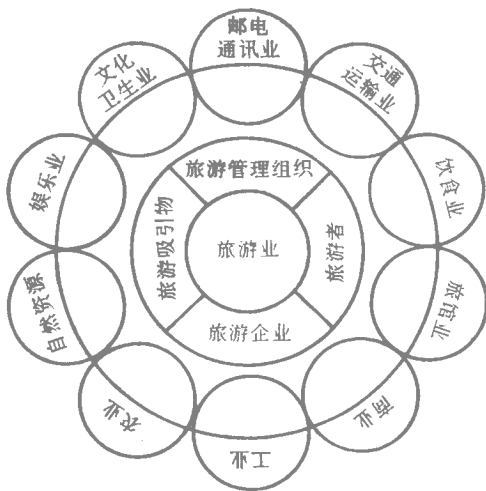


图 1—1 旅游系统的行业结构

第三 三维层次性。按规划范围 旅游规划分国际旅游规划、国家旅游规划、区域旅游规划（省际、省、地区）、市县级旅游规划、旅游地或旅游开发区规划五个层次（如图 1—2 所示）不同层次的旅游规划侧重点不同。按规划内容，旅游规划分发展规划、空间规划与市场营销规划。发展规划侧重于时间序列中旅游发展战略目标、政策法规的制定；空间规划侧重于空间序列中旅游区划分、旅游中心地、旅游项目、旅游资源保护与开发利用规划；市场营销规划侧重于旅游产品序列中市场需求分析与营销策划。每一层次的规划都要不同程度地考虑这三方面的内容（如图 1—3 所示）。

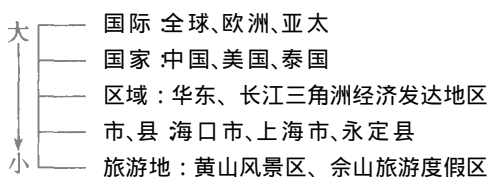


图 1—2 旅游规划的层次结构

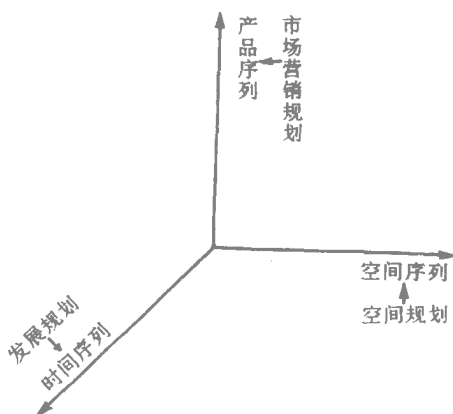


图 1—3 旅游规划的三维结构

第四 软硬性。旅游规划具有“软”、“硬”两个方面。硬规划是指旅游空间规划（包括总体规划、旅游土地利用规划、分区规划和详细规划（包括建筑景观设计））。规划成果是一系列规划图纸和相应的规划文件，这与城市形体规划有相似性，不同点在于旅游空间规划更多注重旅游环境的审美与旅游者的行为特征。软规划是指旅游社会经济发展规划与市场营销规划。

第五，动态性。旅游的本质是实现旅游者的精神需求，在一定的政治、经济、社会、文化背景下旅游者的需求具有相对的稳定性。但是，随着政治、经济、社会环境和人的观念的变化也会产生变化，从时间轴上看，旅游又具有动态性，这就决定了旅游规划是一种动

态规划，要适应旅游发展趋势，尤其是旅游项目的选择与布局必须具有弹性。

第六 市场性。旅游规划以市场为导向 以产品为核心 尽管受到资源和环境的约束，但在很多情况下是以人为创造资源（如主题公园、游乐园、海底世界等 来满足、引导、刺激市场需求。

第二节 旅游规划的基本理论

一、经济发展理论

旅游业作为一项产业已列入国民经济发展计划，很多地区和城市把旅游业作为支柱产业、主导产业或重点产业来发展。旅游业的直接效益表现在：一是明显的经济收入和创汇能力。1978年到1996年，我国接待海外游客从76万人次上升到5112.8万人次，外汇收入从2.6亿美元增至102亿美元。1996年国内游客6.39亿人次 回笼人民币1638.4亿元，全国旅游行业经营性固定资产总值达1546.53亿元。二是提供大量的就业机会。1996年我国直接从事国际旅游的职工达119.7万人。三是具有乘数效应 能够带动其他产业如建筑业、商业、交通运输业、饭店业等行业的发展 提高城市经济活力（如表1—1所示）同时 旅游业又是依赖性很强的产业，与国家政治社会稳定和区域经济形势密切相关，需要与其他产业协调发展，才能提高旅游业在地区经济发展中的乘数。

二、闲暇游憩理论

随着科学技术进步与生产力发展，人们拥有的闲暇时间越来越多。如何合理有效地使用闲暇？人们在闲暇时间内有从事户外游憩活动的需要，这既是人们生理和心理健康的需要，又是发展的需要。人们离开居住地去外地从事各类户外游憩活动，需要道路

旅游者为下列活动

付出货币

住宿
食品
饮料
文娱活动
衣物
礼品和纪念品
个人物品、药品
和化妆品
摄影
娱乐
游览、观光
导游和当地交通
其他

第二轮支出

工资
小费
工资税
回扣
音乐和文娱活动
行政管理费和一般费用
专业服务
购买食品和饮料补给
购买供出售的物品
购买材料和其他供应品
修理维护费
广告、宣传和促销费
公用设施
交通费
资格申请费
保险费
设施设备租金
贷款利息及本金
所得税和其他税项
更新固定资产
上缴政府利润

最终受益者 部分名单)

(按英文字母顺序排列)

会计	货运工人
设备维修人员	家具制造者
建筑设计师	花匠
艺术家和手工艺人	礼品店老板
艺术品和手工艺品供应商	艺术家
运动员	政府工作人员
律师	杂货商
汽车修理人员	保健工作者
面点师	家务服务者
银行工作人员	保险推销员
屠户	洗衣工
木匠	制造业工人
收银员	办公设备供应商
慈善机构	画家
影视像制作人和	发行人
职员	管道工人
制衣商	印刷和出版商
厨师	娱乐设施租售者
文化机构	汽车加油站
度假区业主、经理和工人	
奶品场	道路维护工人
牙医	餐馆老板和经理
百货公司老板和员工	
医生	标牌制作者
教师	运输工人
电工	道路维护工人
公共设施资助者和维修者	
工程师	
农民	侍者
渔民	批发商

漏损：当政府或企业从外地购买商品或服务时，所花资金将不对当地经济产生乘数效应，这部分经济收益便流出当地经济之外。

表 1—1 旅游乘数效应的机理

资料来源：世界旅游组织 (WTO)。

交通、饭店宾馆等行业支持 不妨称之为支持系统。这样 旅游地规划包括两部分：游憩规划和支持系统规划，以游憩规划为核心。户外游憩活动的产业化、商业化是旅游业发展的直接动力。闲暇游憩不仅仅是市民需要，公务旅行者在商务、会议等闲暇时间内也有游憩需求。城市是政治、经济、文化中心，公务旅行者很多，要求发展第三产业、提供完善服务，文化设施、宾馆业、娱乐饮食业、旅行社业、旅游购物业、旅游交通业等都要有相应的发展。

三、旅游资源理论

能够产生旅游吸引力的资源都可称为旅游资源。旅游资源是观光游憩活动发生的场所，是旅游业的物质基础。旅游吸引力是由时空差异形成的，时间差异表现为古今，空间差异表现为发达地区与落后地区、城市与乡村、污染环境与风景环境等。时空差异引起不同时空中人的好奇与兴趣，形成人的时空流动，促进旅游业的发展。城市是时空系统的集合体。从时间轴来看，城市是历史长河中文明的结晶，以历史文化名城为典型代表。在空间轴上，城市是多种建筑围合的空间系统，沉积了历史文化、现代文化及其人文精神，具有文化吸引力。

作为经济中心的城市，其经济辐射力越强，辐射范围越大，商务、会议等公务旅行人数就必然很多，所以产业经济也是一种旅游资源。不同经济发展水平的城市，不同性质和不同职能的城市，旅游资源品位不同，吸引力也不同。

作为社会文化交流中心的城市，各种展览、博览、体育、文化活动都具有很大的吸引力，这些可以概括为社会文化资源。

这样城市旅游资源可以分为四类：历史文化资源、自然风景资源、经济资源和社会文化资源。每一城市都具有这四种资源，差别在于品位不同、吸引范围不同、旅游开发时机不同。

旅游资源一般分国家级（A级）、省市级（B级）、地方级（C

级)。国家级旅游资源具有国际吸引力。省市级旅游资源具有国内吸引力，可以供国际旅游者参观游览。地方级旅游资源主要满足地方居民旅游需求，可供国内旅游者参观游览。不同类型和等级的旅游资源吸引范围不同，接待服务设施等级规模不同，相应规划内容与方法也不同。

四、旅游持续发展理论

1990年加拿大温哥华全球旅游发展大会提出《旅游持续发展行动战略》。1995年联合国教科文组织、环境规划署和世界旅游组织等共同在西班牙召开旅游可持续发展世界会议，通过《可持续旅游发展宪章》和《可持续旅游发展行动计划》明确了可持续旅游发展的含义是：在保持和增强未来发展机会的同时满足旅游者和旅游地居民当前的需要，在保持文化完整性、基本的生态过程、生物多样性和生命维持系统的同时满足经济社会发展和美学的需要。旅游持续发展具有5个目标：①让人们更加明白和理解旅游对自然、文化、人类环境等造成的影响；②在发展中维护公平，保证人与人之间对环境资源选择机会的公平性，保证成本和收益的公平分配；③提高旅游地居民的生活质量；④为旅游者提供高质量的游憩体验；⑤保持上述几个目标所依赖的环境质量。由此可见，旅游可持续发展主要包括三个方面的内容：生态可持续、社会文化可持续和经济发展可持续。旅游业可持续发展是建立在生态、社会文化和经济共同实现可持续发展的基础上。生态可持续是指旅游发展要与旅游地基本生态过程、生物多样性和生物资源的维护协调一致。社会文化可持续是指旅游发展要能维护和增强社区的个性，对当地文化有选择地加以保护和提高，保持当地与众不同的历史、文化和社区特点。经济可持续是指旅游发展既要有经济效益，又要有效地管理资源，造福子孙。以可持续发展为指导思想的旅游规划必须注重环境影响、社会经济影响评价，保持旅游地生态环境的稳定

性。

五、旅游系统论

旅游业是供给、需求以及相关支持产业组成的复合系统，包括游憩系统和支持系统、行业系统与管理系统、点、线、面与网络系统等。政治、经济、社会文化背景是旅游系统的环境。组成旅游系统的主要要素有：①旅游吸引物与游憩活动；②游憩设施与环境；③接待服务设施；④交通设施与信息服务；⑤基础设施；⑥旅游企业；⑦宣传促销和信息服务；⑧旅游管理部门。

旅游系统的结构主要有：①管理结构；②资源结构；③行业结构；④旅游活动结构；⑤市场结构；⑥产品结构。

旅游规划以旅游系统为对象，运用系统分析与综合原理，进行分析评价，优化旅游系统结构，调控旅游系统的运行。旅游区规划是一项复杂的系统工程，需要组织不同领域的专业人员共同工作。旅游区规划不仅仅是用地规划，还包括市场、资金、地区关系处理以及管理等内容，通过规划明确旅游区主题、项目与形象，协调好政府、发展商与地方居民的相互关系。规划成果不仅仅是图纸，还包括各方面的分析和对策。

六、旅游区位论

区位论是产业布局、城镇聚落和区域的空间组织优化的理论，主要包括工业区位论、农业区位论、空间相互作用理论、中心地方论、城市地域结构理论以及一般区位论等。旅游业作为国民经济的一项产业，其空间布局与项目选址、旅游路线安排等都存在区位优势问题。

（一）市场结构与市场区位

旅游地客源市场一般都有三级结构：一级市场（基本市场）、二级市场（区域市场）和三级市场（机会市场），其中，一级市场、二级

市场是最基本的市场，占的份额最大，也最稳定。大项旅游项目开发应依据市场结构的一般特征，造址于客源市场潜力大、交通方便的地域，即经济发达地区，以保证正常运行的门槛人口。

（二）门槛距离与行为区位

城市居民外出旅行，从事户外游憩活动，存在一个门槛距离。随着距离的增加，游憩人数增多。递增与递减的节点离城市的距离即门槛距离。超越这一门槛距离，呈现距离衰减现象。不同城市由于其经济发展水平不同，门槛距离也不相同：发达地区门槛距离大 距离衰减曲线平缓 落后地区门槛距离小 距离衰减曲线陡峭。同一城市在不同的经济发展时期门槛距离也不相同，门槛距离的大小直接影响郊区旅游项目的选址和竞争能力。

第三节 旅游规划与其他规划的关系

一、旅游规划与城市、区域规划的关系

旅游规划是城市、区域规划的组成部分。旅游系统是城市系统中的一个子系统。旅游业作为国民经济的一项产业，具有相应的用地要求。把旅游用地作为城市的有机组成部分，融合到城市的整体构造中，可以最大限度地减少土地利用冲突，实现用地的综合平衡和协调。城市与区域规划应注意旅游资源与环境的保护和开发利用，将其作为城市总体规划不可缺少的专项规划，与城市土地利用规划、道路交通过规划、市政公用设施规划、园林绿地系统规划、环境保护规划等综合协调。旅游规划与城市总体规划应同步进行。城市总体规划在确定城市性质、规模、发展方向等关键问题时要把旅游发展作为一个重要方面来考虑。旅游规划对城市规划设计提出自己的要求，既不能脱离城市各个子系统的规划而独立存在，也不应放弃与城市总体规划的融合，以保证旅游规划的有关内容得以

实施。

区域旅游规划应以中心城市为依托。城市旅游规划应在区域背景下合理布局旅游点和旅游路线，形成放射环状的网络。大型旅游项目的特色与布局应从区域角度策划，综合平衡，避免近距离重复建设。郊区旅游规划也应以区域为背景进行定位，经济发达地区或城镇密集地区更应如此。由于交通发达，各城市之间的旅游时间往往比市民去郊区一些旅游点的时间要短，更方便舒适。在这种情况下，郊区时间距离优势已经失去，旅游开发项目的定位应避免单一城市的依托，从区域角度进行规划。

二、旅游规划设计与风景园林规划设计的关系

风景园林是一种旅游资源，风景区总体规划要把旅游规划作为其重要内容，在保护风景资源的基础上编制旅游规划。游憩是风景区的功能之一，除此之外还有生态、历史文化、保护生物多样性和基因库等功能。游憩旅游规划只能是风景规划中的专项规划，居于重要地位。由于旅游资源的广泛性和旅游业的综合性，旅游规划内容要比风景园林规划内容广泛得多，很多旅游地的环境规划设计任务需要风景园林师来承担。与传统风景园林规划设计不同的是，旅游规划设计提供的是旅游产品，必须满足旅游市场需要，要求能创造出新奇特与主动参与、游憩活动多样的旅游产品，而不仅仅是优美环境的创造。

三、旅游开发与规划设计的关系

旅游开发一般是宏观的发展战略研究和政策的制订，是旅游地理学的重要研究内容。规划设计相对比较具体全面，是对特定旅游区发展旅游的综合安排，包括开发计划、项目策划、总体布局、用地规划、景观设计等。在理论上，开发与规划设计应一体化，开发战略指导具体的规划设计，规划设计要体现战略意图。目前对这三个

概念的理解还不统一，有的认为：开发包括规划，开发本身也是规划 称为开发规划 开发和规划也是设计 规划是一种计划。我们认为，这种泛化的理解不利于学科的发展和深化，也是地理学的通病。

思 考 题

1. 旅游规划有哪些特点？旅游规划与城市规划、区域规划、风景园林规划、国民经济计划是什么关系？
2. 旅游规划的理论基础是什么？

第二章 旅游规划内容和方法

第一节 旅游规划内容

旅游规划内容取决于规划层次，不同层次旅游规划侧重点不同。爱德华·因斯克普 (Edward Inskeep) 把旅游规划分为国际旅游规划、国家旅游规划、区域旅游规划、亚区旅游规划、开发区土地利用规划、设施用地规划、设施设计。

国家旅游规划主要解决以下 11 个问题：

- (1) 旅游政策。
- (2) 结构计划。a. 主要旅游吸引物的辨识；b. 旅游开发区的划分；c. 国际旅游入境口岸与交通服务网络。
- (3) 其他主要基础设施。
- (4) 旅游住宿、设施、服务的数量、质量的总体标准。
- (5) 主要旅游路线。
- (6) 旅游组织机构、法规和投资政策。
- (7) 旅游营销战略和促销计划。
- (8) 教育培训计划。
- (9) 设施开发和设计标准。
- (10) 社会文化、环境和经济影响分析。
- (11) 旅游规划实施技术，包括发展阶段、近期发展和项目计划。

区域旅游规划是在国家旅游政策的框架内进行，包括：

- (1) 区域政策。
- (2) 区域交通网络、设施和服务网络。
- (3) 旅游吸引物类型和区位。
- (4) 旅游开发区的区位。
- (5) 旅游住宿、设施、服务的数量、类型和区位。
- (6) 环境、经济、社会文化的区域影响。
- (7) 教育和培训计划。
- (8) 营销战略和促销计划。
- (9) 组织机构、法规和投资政策。
- (10) 实施技术、发展阶段、项目计划、区域分区规划。

旅游开发区包括综合性旅游度假区、旅游城镇、都市和旅游吸引物，其规划更加详细，包括宾馆和其他类型的住宿设施、零售商店、其他旅游设施、游憩、公园、保护区、道路网、步行道、机场、火车站、水、电、通讯等。要进行预可行性和可行性研究。环境和社会文化影响评价、开发阶段的计划、管理组织、资金、建筑、景观与工程设计，旅游者使用和流动分析。

设施用地规划主要是指单体建筑或建筑群如宾馆商业中心、旅游设施等的用地规划。

世界旅游组织把旅游规划分为四个层次：全国和区域规划；社区、度假和开发区规划；景点规划；建筑、景观和工程设计。全国和区域旅游规划主要是旅游发展政策法规和开发计划，包括：旅游吸引物类型；开发区区位；旅游住宿、设施、服务的数量、类型和区位；交通网络；入境口岸；市场营销战略和促销计划；教育培训计划；经济、环境、社会文化影响评价；组织机构与近中远期发展计划。有些地方还需制定专项旅游规划。其他的规划内容与爱德华·因斯克普的相同。

根据我国的实际情况，为了旅游规划的实际操作，以行政界线为主要划分依据，同时按照旅游发展规律和工程建设的需要，把旅

游规划设计分为国家旅游规划、区域旅游规划、市县级旅游规划、旅游开发区规划和景观设计五个层次。不论是哪一个层次的规划，从行业发展的角度，其共同的内容包括发展战略与目标、市场开发计划、资源开发与项目策划、经济社会环境影响评价、旅游产品组织、土地利用规划等。

第二节 旅游规划所要解决的核心问题

一个国家、一个地区、一个城市可以开发出哪些旅游产品来满足旅游市场需要，达到什么样的发展目标，是旅游规划所要解决的两个关键问题。

一、旅游产品

对旅游产品的理解有广义和狭义之分。广义的旅游产品除了有形的项目、吸引物之外，还包括服务、饮食、购物、交通等。狭义的旅游产品仅指旅游吸引物。

（一）旅游资源与旅游产品的关系

资源是旅游产品的原料，同一资源可以加工成多种产品。资源与产品的关系主要有以下几种：^①一一对应关系。资源就是产品，如历史文化资源。这类资源尽管可以复制，但是两者给人的游憩体验完全不同，仿古街与水乡古镇给人的感受是不一样的。^②一对多关系。同一资源可以加工成多种旅游产品，这在自然风景地域比较突出。同一块地可以开发成度假村、水上乐园、野生动物园、文化主题园等。伴生关系。现代城市建筑景观、大型工程如桥梁在规划设计中把旅游功能考虑进去，也成为一种旅游产品。中心商业区以及大型文化活动、体育活动等均属此类。

（二）产品的多类型、多层次、多系列

旅游产品从功能角度可分为度假、娱乐、观光、商务、会议、购

物等类型，从形态角度分动态与静态两类。城市静态旅游产品主要有历史建筑物、博物馆、艺术馆、娱乐城、购物中心、现代标志建筑景观、游乐园、主题园等。动态旅游产品有文化、体育等节庆活动。每类旅游产品具有多层次性，如历史建筑物可以分世界文化遗产、全国重点保护文物、省市级文物、县区级文物等，文化活动可分为国际性、全国性、市级、县区级等不同层次的文化交流活动。每一类活动具有多种系列 如度假旅游产品有气候、温泉、风景、理疗等多种系列，主题园旅游产品有以民族文化为主题、以地方历史文化为主题、以异国文化为主题、以异地自然景观为主题、以童话为主题、以科学技术和宇宙为主题、以历史人物为主题、以文学名著为主题等多种系列。’96 上海旅游节由学术讨论、各国标志彩车游行、万人象棋赛、浦东游等多系列活动组成。

类型、层次、系列的关系如表 2—1 所示。

表 2—1 旅游产品的类型层次与系列的关系

系列 层次 \ 类型	度假	购物	娱乐	会议	体育	观光
高档	设施完备 服务完善 风景优美	环境优雅 服务周到 价高质优	环境优雅 服务周到 消费高	环境优雅 服务周到 设备完善	世界性体 育比赛	世界名山 大川、历史 文化
中档	设施、环境 服务较好	环境、服务 价格中等	环境、服务 价格中等	环境、设 备、服务 中等	全国性	全国性
低档	一般	一般	一般	一般	省市级	省市级

(三) 产品的空间组合

城市旅游产品分移动和不可移动两类。不可移动的产品主要是物质景观，如历史建筑物、自然风景地。从旅游吸引力与规模效益来看，不同类型的产品要集中布局、互相补充，形成综合优势，但

从交通来看，为避免过于拥挤，又要相对分散，集中与分散有机结合形成网状组合处理好局部与整体的关系。

二、旅游发展目标

城市旅游发展要实现经济效益、社会效益与环境效益的统一，从规划的角度必须要落实到具体指标上（图 2—1）通过建立一套指标体系来落实规划目标。指标体系是由一系列相互联系、相互独立又互为补充的指标所构成的有机整体。对于建立的各项指标都要进行可靠性分析，说明指标的可靠程度——实现的保证率。

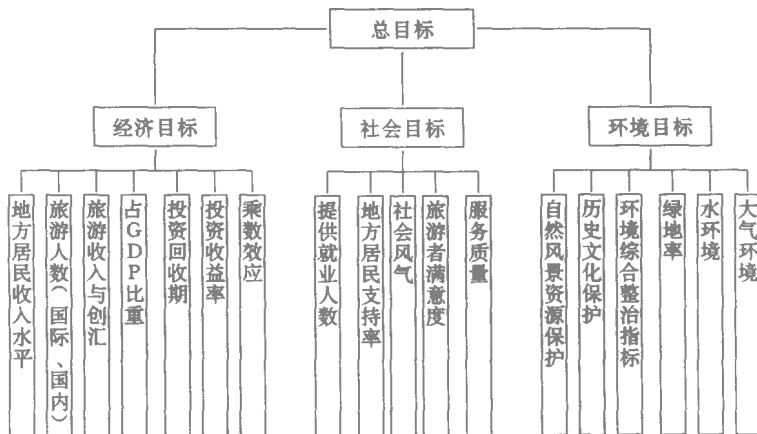


图 2—1 旅游发展指标体系

第三节 旅游规划的方法与技术

为了保证规划的科学性，避免过多的主观想象，必须有一套科学的方法与技术，具体包括市场调查与分析技术、资源调查与评价技术、GIS 应用技术、指标预测技术、制图技术、经济社会环境影响评价技术。