

中国旅游业发展研究丛书

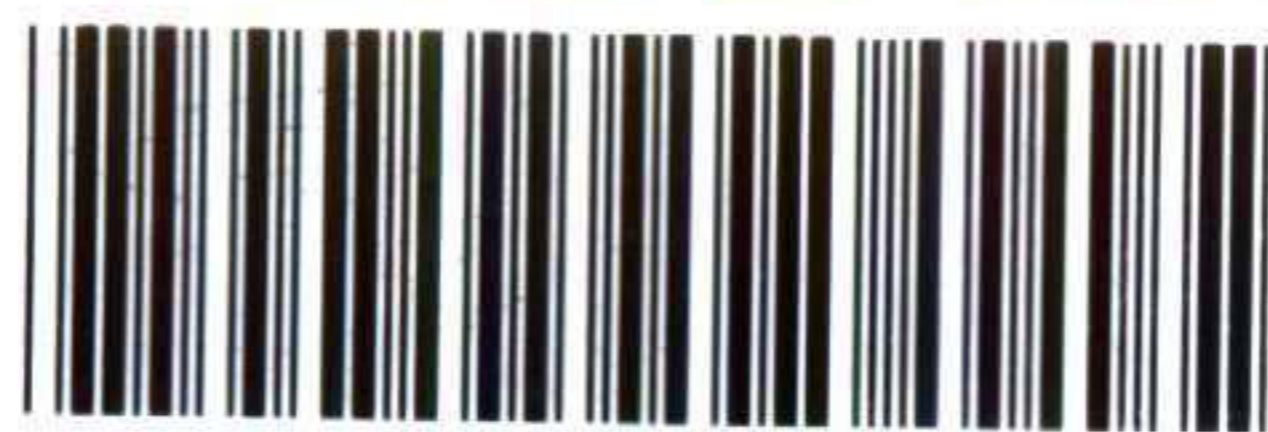
旅游 规划新论

Luyouguihua



Xinlun

王大悟·毕吕贵·著



A0919396

黄山书社

图书在版编目(CIP)数据

旅游规划新论 / 王大悟, 毕吕贵著. —合肥: 黄山书社, 2002.2

ISBN 7-80630-738-9

. 旅... . 王... 毕... . 旅游经济—经济规划
. F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第009162号

黄山书社出版发行

(合肥市金寨路381号)

新华书店经销 安徽星火印刷公司印制

开本: 850×1168 1/32 印张: 10.5 字数: 263千

2002年2月第1版 2002年4月第2次印刷

ISBN 7-80630-738-9

F·12 定价: 26.00元

总 序

国家旅游局副局长 孙 钢

2002年新年伊始，上海社会科学院旅游研究中心主任王大悟教授给我来信，说他们与黄山书社联手合作，将编著出版《中国旅游业发展研究丛书》，首批三本书即《中国饭店业的跨世纪发展》、《当代饭店透视与聚焦》、《旅游规划新论》已经付梓，请我写篇序言。我认为编著出版这套丛书是一件有意义的工作，故不敢推辞。

改革开放二十多年来，在邓小平理论及其旅游经济思想的指引下，我国旅游业不断发展壮大，现已成为国民经济新的增长点和许多地区的支柱产业。2001年，尽管世界经济不太景气，“9·11”事件又给世界旅游业带来严重影响，但我国的国际国内旅游业仍然取得了骄人业绩：入境旅游者比上年增长6.7%，国际旅游外汇收入比上年增长9.7%，国内旅游收入比上年增长10.9%，国际国内旅游业总收入比上年增长10.5%。旅游业作为国民经济新的增长点的地位，经受住了冲击和考验，得到了进一步巩固和发展。展望入世后我国旅游业发展的形势，机遇远远大于挑战，我们有信心实现到2020年把我国建成“世界旅游强国”的宏伟目标。

建设“世界旅游强国”，这是一个系统工程，需要各个

相关方面在各个相关工作环节上共同奋斗，不断开创新局面。这里所说的“相关方面”和“相关工作环节”，当然包括旅游科学研究人员及他们所从事的旅游科学研究工作。进一步加强对我国旅游业发展中的宏观问题和微观问题的研究，为政府决策和企业决策提供科学依据和正确指导，促进我国旅游业更快更好地发展，这是“科技兴旅”的迫切需要，是建设“世界旅游强国”的迫切需要。正因为如此，我对多年来潜心于旅游领域研究，不断有所发现、有所创造的王大悟教授等一批专家学者，是有钦佩之情的；也正因为如此，我才认为他们与黄山书社联合编著出版《中国旅游业发展研究丛书》这件事，是有意义的。

旅游科研领域是一个广阔的天地。《中国旅游业发展研究丛书》首批推出的三本书，都可以归入“决策科学”或曰“软科学”的范畴。党和国家领导人对加快发展软科学非常重视。江泽民总书记早在1994年12月24日发表的《加快发展软科学》这篇讲话中就指出：“我国社会主义现代化建设正处在一个重要的发展时期，科技工作者任重道远。在党和国家的大力倡导下，我国软科学研究已成为决策过程中的重要环节，面向国民经济和社会发展的重大问题，组织开展了一系列专题研究，为党和政府的决策及时提供了科学依据，希望软科学工作者们深入实际，为国民经济建设和社会发展作出更多的贡献。”这段话，既阐明了开展软科学研究的重要意义，又指出了做好软科学研究的正确途径。对于从事旅游业发展研究的科学工作者来说，只有把研究工作与我国旅游业发展的实

际紧密结合起来，选取旅游业发展与社会经济发展、“两个文明”建设结合面上的重要课题加以研究，总结经验，推陈出新，才能使研究工作不断向广度和深度进军，才能使研究成果更加广泛地为决策层和广大旅游工作者所采纳运用，转化为现实生产力。

遥望南天，黄山脚下的溪头，荠菜花应已开放，而黄山上的杜鹃，也该蓄芳作蕾了。衷心祝愿广大旅游科研工作者不负春光，奋发努力，拿出更多的高水平的研究成果；衷心祝愿以“黄山”命名的黄山书社，能出版发行好《中国旅游业发展研究丛书》，为我国旅游科研文库的丰廩富仓作出特殊贡献！

前 言

目前，国内旅游规划界已编制了诸多成功的规划，也出版了不少颇有质量的旅游规划专著。然而，学术研究永无止境，旅游规划的市场环境也在发生重大变化，我们不揣谫陋，撰写了这部《旅游规划新论》。谓之“新论”，并无标新立异、故作惊人之语的意思，因为任何学术成果都不可能是“横空出世”，而只能是在前人和同侪实践和研究的基础上有所变化、有所发展、有所突破。我们在长期探索研究和编制多项旅游规划的过程中，与规划委托方和旅游者有着广泛的、贴近的交流，从而触发了新的思考，逐步形成了一些新的想法。借此著书立说之际，把这些新的论述融合进去。至于究竟有多少新意，价值如何，那还得留待广大读者去作出评判。

在此，我们对本书的“新意”作一诠释：

1、新趋势。面对旅游景区（点）的激烈竞争，旅游规划已从资源布局型转向主题经营型，也就是说，旅游规划已从资源导向型向市场导向型转轨。书中对此进行了详尽的阐述，并以丰富的实例为佐证。

2、新标准。建设部和国家旅游局针对我国旅游景区的开发，已先后制定了《风景名胜区规划规范》和《旅游规划通则》国家标准。这是编制旅游规划的基本要求。虽说两个标准不尽相同，但也没有很大出入，总体都是从“可持续”和“发展”两个角度综合考虑。本书对两个标准都有一定的介绍和论析，并对标准今后的修

改和完善提出了我们的见解和建议。

3、新需求。在20世纪80年代和90年前半期，笔者主持编制的旅游规划不少。但自20世纪90年代末起、特别是新世纪初，笔者承接的旅游规划中竟有近半是“二茬规划”，即已有的规划缺乏针对性和可操作性，我们是第二次“接盘”，重新再做。其中，对当地开发后的旅游产品主题及如何经营提出了明确和详尽的要求。因此，本书中“旅游经济规划”一章也就应运而生。

4、新动向。随着《国务院关于进一步加快旅游业发展的通知》（国发〔2001〕9号）的发布，全国各地不仅掀起了旅游开发热潮，而且景区经营运作机制也出现了重大突破。海内外的企业界、包括民营企业集团开始进军旅游景区，买断几十年经营权，按市场原则独立自主地开发。新世纪第一年，笔者就承接了两个海内外企业集团委托的景区规划。有些内容已涉及到策划层面。这就要求旅游规划与实践有更紧密的结合，当然，其前提是编制规划的人员既要有扎实的旅游经济理论功底，又必须具有强烈的市场意识和成功规划的经验。

5、新观点。我国的旅游规划正在从“春秋战国，群雄并起”向规范化、标准化过渡。但如何规范化，我们也提出了相应的看法。譬如对如何科学合理区分评定旅游规划资质技术性和经济性的问题，阐述了我们的观点。

6、新探索。二十年中，旅游业的发展对旅游规划提出了一系列新的要求，促使旅游规划在范围、形式和内容上不断创新、发展。比如，规划前的概念性规划、历史文化区域的保护性规划、旅游经济规划和旅游节庆规划与策划等。本书在大量规划和丰富资料的基础上，作了前沿性的探索和阐述。如巴拿马TCR行动计划是第一次向国内旅游界推介。

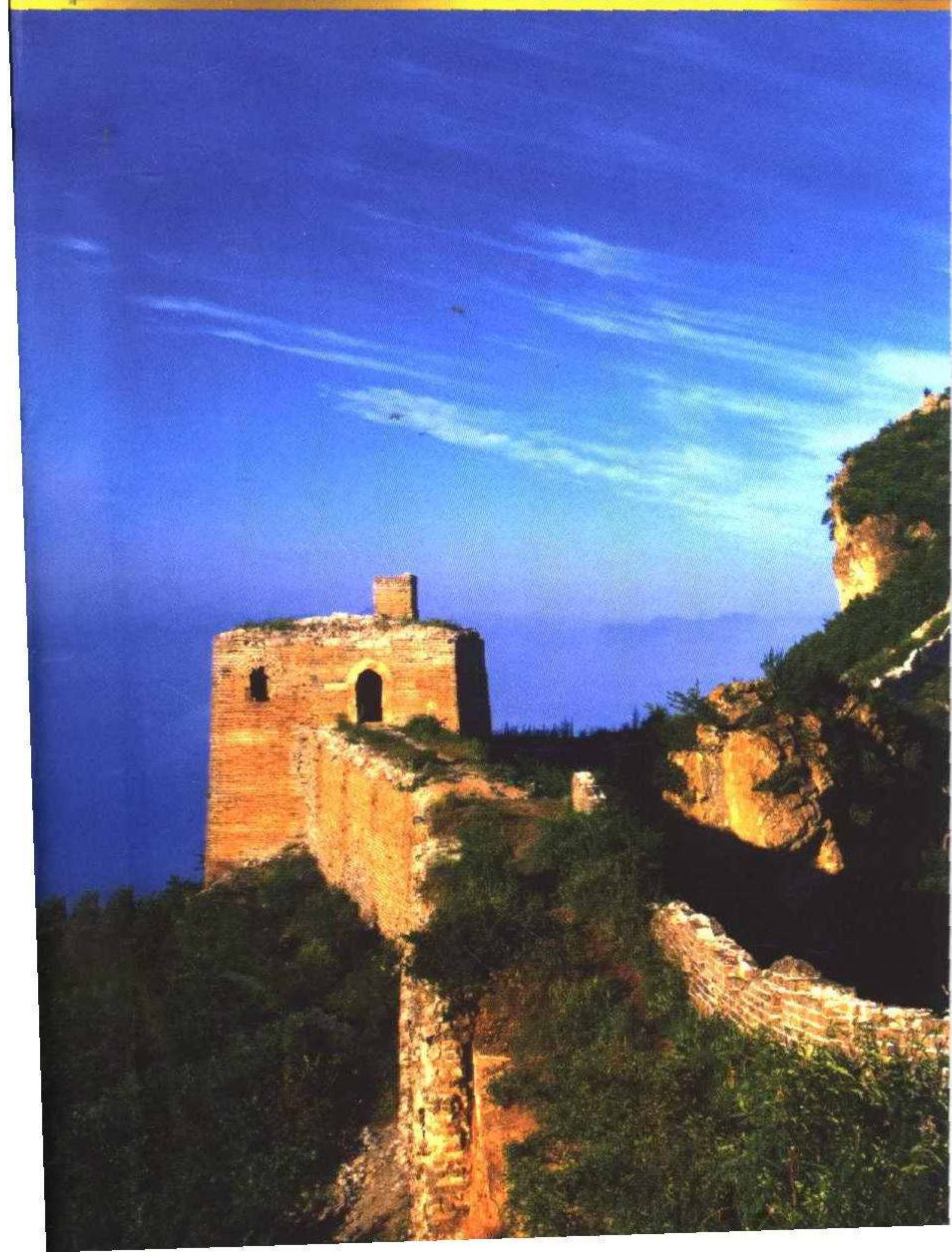
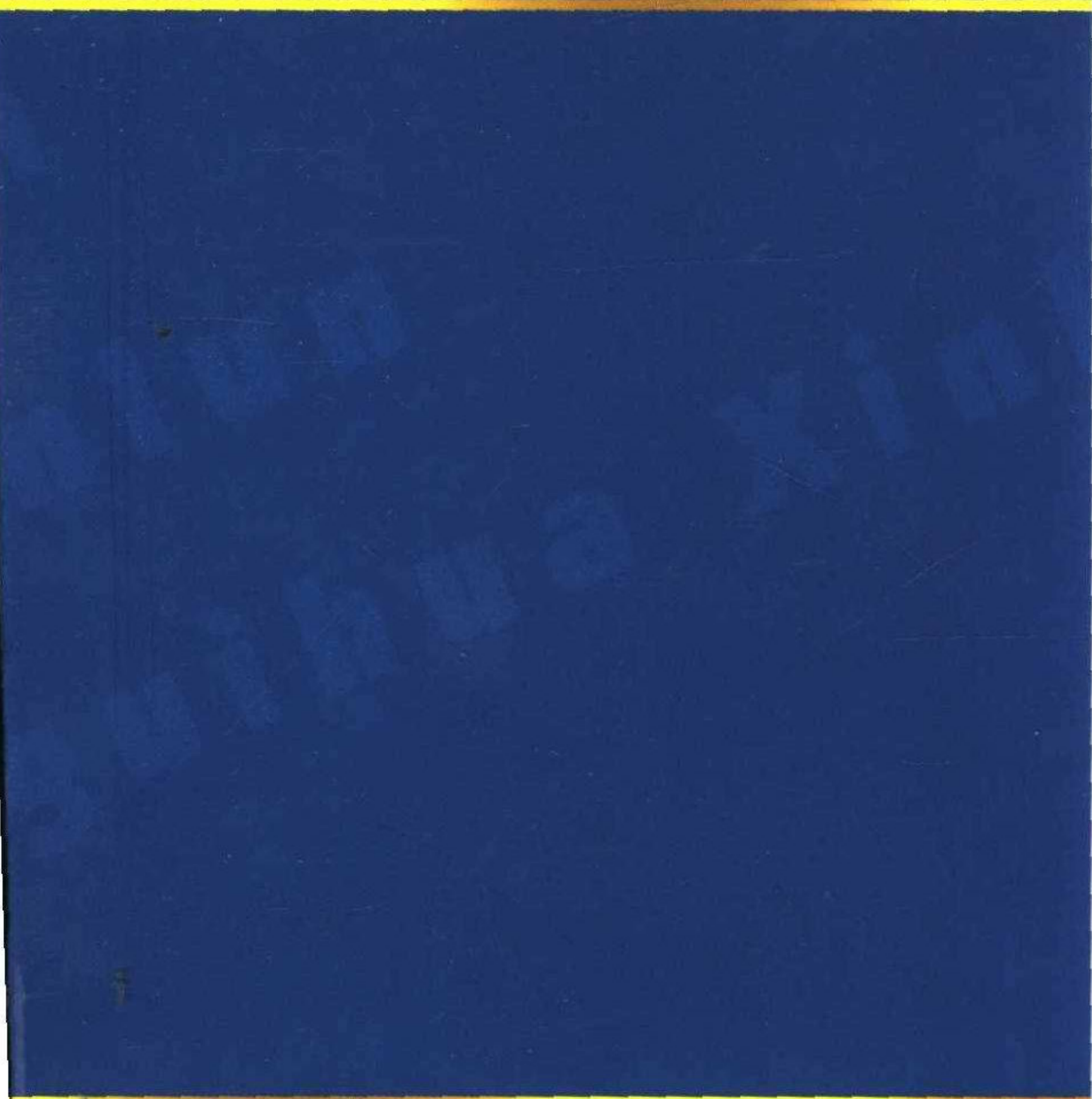
全书共分十一章，第一、三、五、六、八、九、十章由王大悟执笔，第二、四章由毕吕贵执笔，第七章由王大悟、毕吕贵共同撰写。最

后一章是从笔者主持的诸多规划中遴选出来的，这一规划具有典型的代表性，既有一般旅游规划的内容，也包括了详细的项目策划。鉴于技术原因，对该章的内容作了删节，并将该章中的图件和绘画全部略去。书中的其他实例，绝大多数源自我们主持和参与的各项规划。可以说，这些介绍实例的文字，就是我们自己的思考和体验的记述。本书第七章着重推介了世界旅游组织与云南省人民政府联合编制的《云南省旅游发展总体规划》中的SWOT分析，其实事求是的科学态度，值得称道，值得师法。

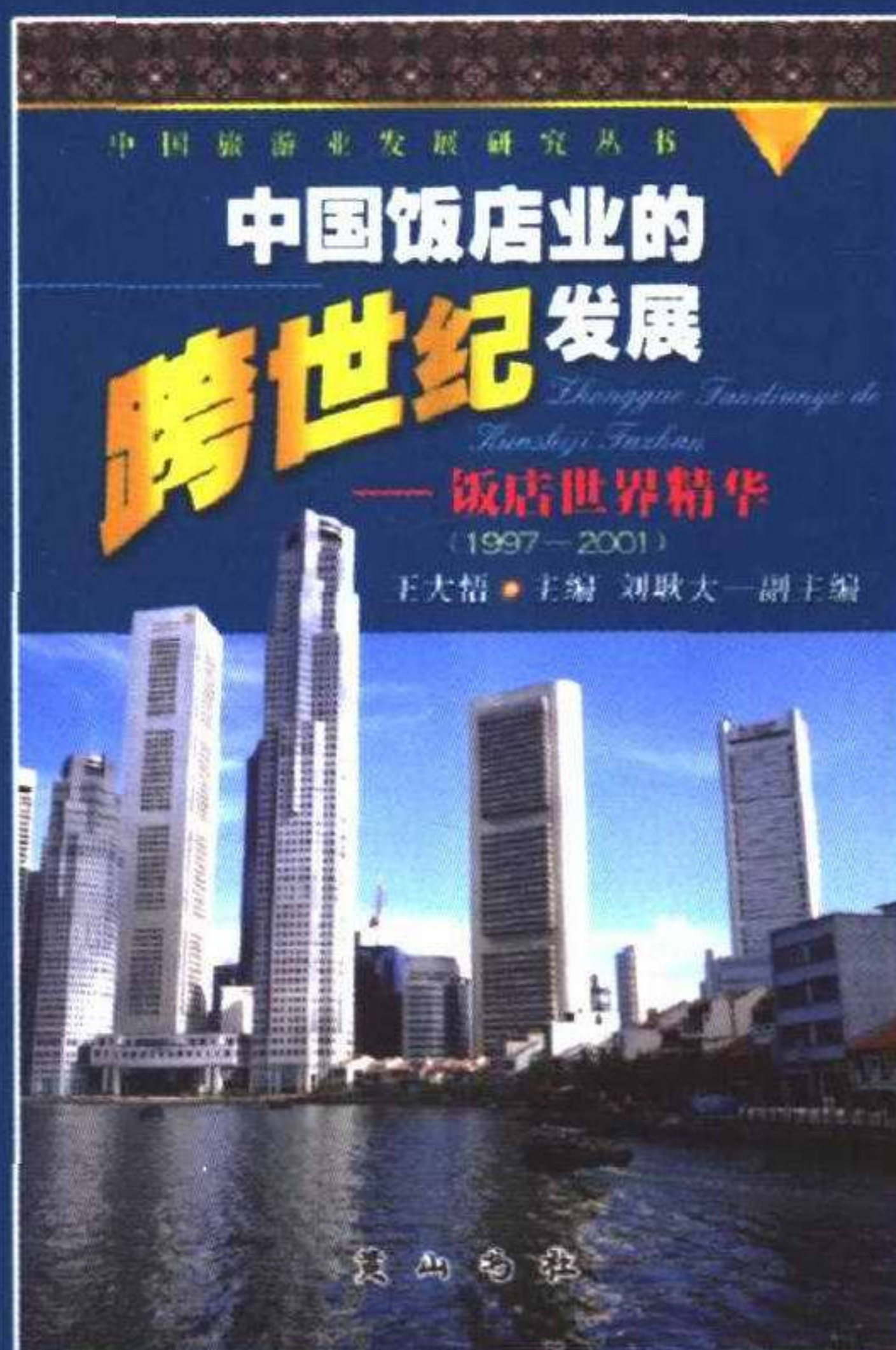
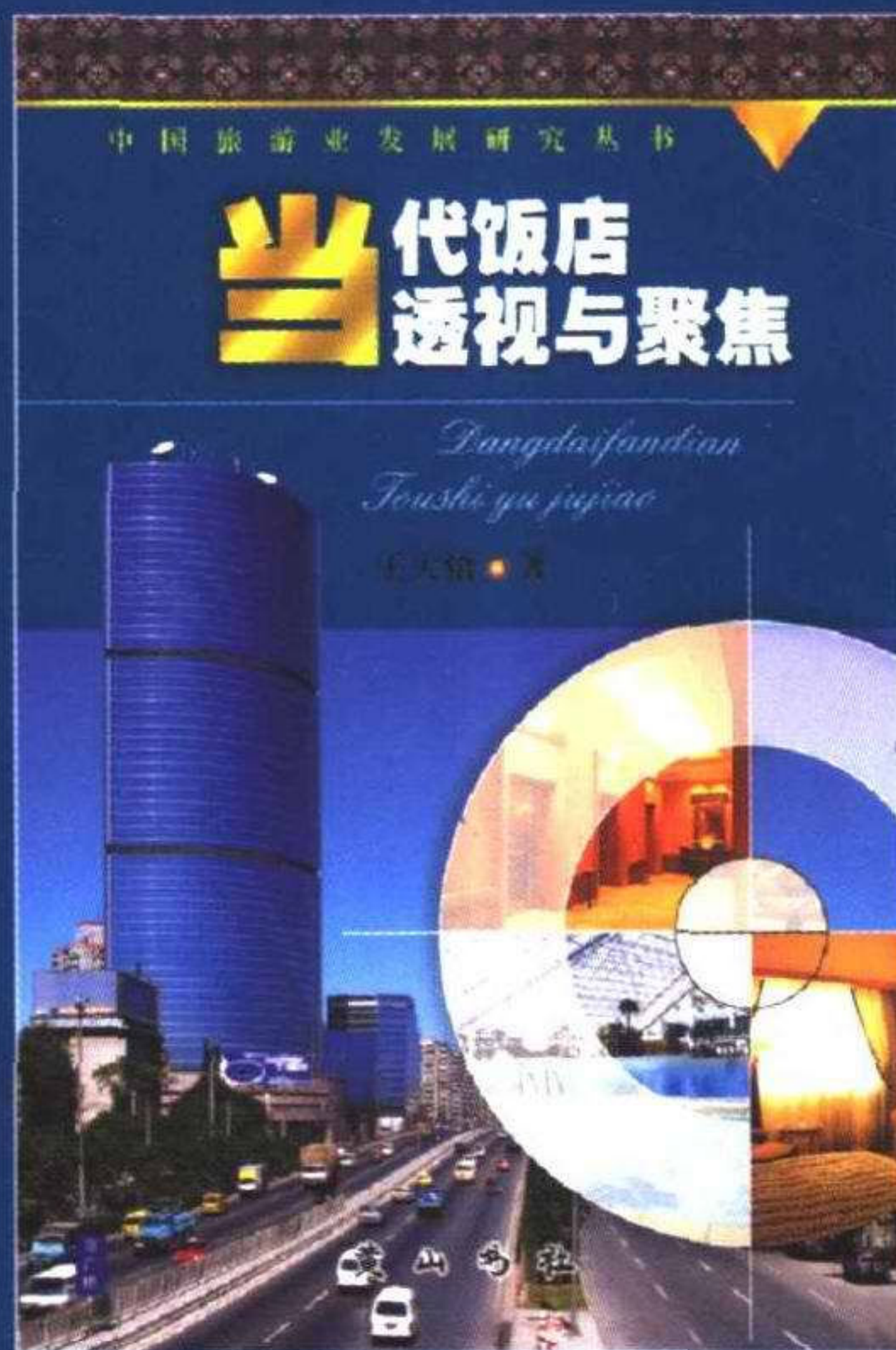
本书写作过程中，蒋仞先生和王纬女士负责了繁杂的资料收集和整理工作；在旅游节庆规划和旅游基础设施规划两章中部分采用了董媛媛硕士的初稿；上海市旅委章谟德和史铁华两位处长为节庆旅游规划提供了有益的思路和资料，在此一并鞠躬致敬。

此书作为《中国旅游业发展研究丛书》之一出版，感谢黄山书社的关爱和支持。

王大悟



中国旅游业发展研究丛书



目 录

总序	孙钢 (1)
前言	(1)
第一章 旅游规划的概念	(1)
第一节 现代旅游	(1)
第二节 旅游规划的发展与演进	(9)
第三节 旅游规划的作用与意义	(15)
第四节 旅游规划的类型	(21)
第二章 旅游规划的指导理论	(27)
第一节 旅游经济学	(28)
第二节 旅游地理学	(35)
第三节 生态学理论	(45)
第四节 相关学科理论与技术	(56)
第三章 旅游规划的编制主体与程序	(64)
第一节 旅游规划的编制主体	(64)
第二节 编制规划的程序	(70)
第三节 旅游规划的评审	(77)
第四节 对旅游规划资质的认定	(81)
第四章 旅游规划的基本模式	(89)
第一节 旅游发展规划	(90)
第二节 旅游区规划	(100)

第三节	专项旅游区规划.....	(107)
第五章	旅游业的可持续发展.....	(117)
第一节	可持续与发展.....	(117)
第二节	旅游业可持续发展的对策.....	(122)
第三节	巴拿马旅游业TCR计划	(133)
第四节	国内旅游业可持续发展的范例.....	(139)
第六章	旅游资源评价.....	(145)
第一节	旅游资源的概念与分类.....	(145)
第二节	对我国旅游资源的认识和评价.....	(154)
第三节	旅游资源的开发.....	(164)
第四节	旅游区(点)质量等级与旅游规划.....	(174)
第七章	旅游市场分析与产品创新.....	(180)
第一节	旅游市场调查和市场细分.....	(181)
第二节	旅游市场的SWOT分析.....	(185)
第三节	产品定位和市场拓展.....	(194)
第四节	旅游产品创新与升级换代.....	(198)
第八章	旅游经济规划.....	(209)
第一节	“可持续”与“发展”的矛盾.....	(210)
第二节	旅游经济规划的核心内容.....	(212)
第三节	旅游景区主题的确立.....	(218)
第四节	旅游规划的市场导向.....	(224)
第九章	旅游基础设施规划.....	(231)
第一节	土地利用规划.....	(232)
第二节	基础工程规划.....	(239)
第三节	服务设施规划.....	(244)
第十章	旅游节庆规划.....	(250)
第一节	旅游节庆规划的概念和定位.....	(250)
第二节	旅游节庆规划的编制.....	(258)

第三节	旅游节庆的市场化运作.....	(265)
第十一章	旅游规划实例：云南省弥勒佛城旅游发展规划	(271)
第一节	总体规划.....	(271)
第二节	单体项目策划.....	(30))
	主要参考文献.....	(320)



第一章

旅游规划的概念

规划，是经济发展和建设中谈论频率最高的词汇之一，但具体就旅游业这一行业来说，如何编制好规划，以满足现代旅游者的需要和适应旅游市场的激烈竞争，则是一个“老话新说”的课题。本章从海内外旅游发展的现实出发，阐释在市场经济环境下对“旅游规划”这一概念的认识和理解。

第一节 现代旅游

一、现代旅游的特征

从二次大战结束至今，现代旅游已走过了半个多世纪的历程。现代旅游本身也处在不断的发展之中。归纳起来，现代旅游在发

展过程中，显示出以下特征：

1、在旅游者的构成上，从少数富裕阶层扩展到工薪阶层和全民大众，包括学生

二次大战前的旅游只是富裕阶层少数人的活动，因为只有这些“贵族”们才有金钱和闲暇来参加旅游。战后这一情况有了根本的转变，其最明显的标志是广大工薪阶层开始加入旅游者的行列，旅游人数大幅度上升。劳动生产率的不断提高，使各国人民的收入提高，闲暇时间增多，从而使寻常百姓也能问津旅游，参与旅游，我国也不例外，居民的旅游参与度也在不断增加。

例如我国的国内旅游者与海外旅游者的比率，1993年为10:1，1994年为12:1，1995年为13:1，从这些数字中可以看出，我国居民参加旅游的绝对数和相对比例都在不断提高。在发达国家，国内旅游与国际旅游大约是10:1。按1996年国际旅游5.92亿人次计算，全球的国际和国内旅游人数（次）总和达到65.12亿，这意味着全世界按人口平均每人一年旅游一次还不止。这确实是令人感到惊讶的数字。

过去女性参加旅游较少，或者女性常常是作为男性的“附庸”或“配角”参加旅游。但进入80年代后，女性旅游人数明显增加，且独立性增强。如在日本，未婚女子去巴黎、夏威夷、伦敦旅游，成为一种时尚，成为一种身份的象征。

学生也成为旅游的生力军，修学旅游、度假旅游、考察旅游、夏令营旅游等形式的旅游已在世界各国的学校中得到普及。每到寒暑假，在全球的所有旅游景点都可以发现学生的身影和踪迹。

正因为工薪阶层和普通百姓的介入，才使旅游活动充满活力，充满朝气，充满憧憬。

2、在旅游内容上，从单纯观光向丰富多样的方向发展

旅游资源之所以最初只分为自然和人文两大类，其原因就在于旅游业发展初期的内涵比较简单。随着现代旅游的发展，这两

类资源已远远不能满足人类的旅游需求。因此，一方面大量并非专为旅游服务的其他社会资源也转化为旅游资源，另一方面人类又殚精竭虑，创造和建设了大量现代人造景观。旅游，发展到今天，已无法界定其具体的内涵。譬如，“外国人在北京的一天”的旅游中，连串胡同、包饺子这类本来与旅游风马牛不相及的事情，也成了使外国人感到趣味盎然的精彩旅游项目。

概而言之，当今世界上的旅游，旧的形式（如观光旅游）继续得到强化和充实，而新的内容又层出不穷地涌现，文化品位高而趣味性强。随着人类旅游需求在量上和质上的不断提高，旅游活动的内涵还会不断拓展，变得更加丰富多采。

3、在旅游形式上，从程式化的团队包价旅游向散客型、选择式的个性化旅游方向发展

现代旅游的起步是从团队包价旅游（Package Tour）开始的。这种形式在工薪阶层大规模参加旅游时，对供求双方都是必需的。旅游者付了一揽子费用后可以不用操心地游完全程，这对不熟悉旅游目的地和旅游程序的旅游者来说，很受欢迎。旅行社由于实行了标准化的规模经营，可以提高效率，降低成本，简化服务和增加利润。但统一程式化的旅游逐渐受到了越来越多的批评，自由度高的散客旅游开始崛起。

以日本为例，据日本交通公社（JTB）的调查报告表明：日本海外旅游者的出游方式，41.2%是全包价，22.3%是自由型包价，34.6%是个人自主安排。

从以上可以看出，参加海外旅游的旅游者中有近四分之一的人愿意选择自由型包价方式。也就是说，把这些和个人自主安排旅游加在一起，有过半数的游客希望在旅游目的地自由自在地观光旅游。可以认为，参加自由型包价方式旅游的游客作为散客的预备军，不久将脱离团队旅游加入到散客中去。

旅游市场的散客化倾向是旅游城市和旅游景区的接待中无法

回避的现实。进入信息高速公路时代，旅游消费者收集情报和信息的能力将不断提高，海外游客的散客化倾向也将进一步发展。

4、在旅游地域上，从国内旅游为主向国内国际旅游并重的方向发展

国内旅游一直是、也将继续是世界旅游业的主体，它在整个旅游业中的比重要占到九成左右。在东亚与太平洋地区的国内旅游人数占其总人数的60%以上，在欧洲约为40~60%。到20世纪70年代，收入的增加使各国出国旅游人数在国内旅游继续稳定发展的基础上迅速上升。它主要表现在以下三个方面：

(1) 洲际跨国旅游。这类旅游的流向，主要是从发达国家去发展中国家旅游。当然，随着发展中国家经济的发展，逆向的比例也在提高。

(2) 洲内跨国旅游，又称区域旅游。世界旅游组织为便于统计分析，把世界分为六大旅游区，即美洲、欧洲、非洲、中东、南亚、东亚和太平洋地区。各国居民在本地内进行跨国旅游，称之为区域性的国际旅游。区域旅游在世界国际旅游活动中一直占绝对优势。在欧洲，约占80%，北美与亚太地区则近50%。这类情况在一些主要客源产生国表现得尤为突出。如美国接待的全部国际旅游者总人数中，仅加拿大、墨西哥两国就占去了三分之二。

(3) 发展中国家的出国旅游迅速崛起。这主要得益于整个地区的和平、稳定和繁荣，各国正逐步形成或已经形成相对富裕、相对年轻的中产阶级，加入国际旅游行列的人数呈明显上升的趋势。估计21世纪前十年的平均增长率在10%左右。

二、当代旅游者的十大特征

以下十大特征，反映了当代旅游者的一种特有的矛盾需求。这种矛盾，对旅游规划提出了更高更复杂的要求，在旅游产品构思和开发中，必须有多元化的思维和多样的手段，方能满足这些需