

旅游区总体规划要点

养生
巴马瑶族自治县
盘阳河沿河旅游发展规划

广西
旅游规划院

一、旅游规划的特点、 基本理念和原则

（一）旅游规划的特点

1. 科学性

旅游规划具有很强的科学性，除了表现在规划理念和规划技术、规划方法上，在规划程序、规划运作、规划组织、规划管理等方面也必须具有科学性。

使用先进的理念、科学的技术方法、规范的管理组织、有序的操作体系是旅游规划迈向成功的有效保证。

旅游规划在规划技术、规划方法、规划内容、规划程序、规划管理、规划成果及表现形式等方面具有明显的规范性。

（一）旅游规划的特点

2.地域性

旅游规划是对一定空间范围内的旅游活动进行规划。这是由于旅游资源的分布具有很强的地域性，而旅游资源又是旅游产品的重要组成部分，旅游设施的布局和旅游服务的提供都是围绕旅游资源进行的。

旅游规划的实施也针对某一地域范围。

旅游规划需要对影响旅游地发展的自然、社会、经济背景等方面的基本情况进行详细的调查、分析，特别是对规划范围内的旅游资源状况、旅游产品的可能市场需求要认真进行研究。

（一）旅游规划的特点

3. 前瞻性

旅游规划不仅对目前出现的问题提出解决方案，更重要的是对未来状态的设想和对可能出现的问题作出科学预测和处理。

要立足于过去和现实，着眼于未来，规划人员根据对未来变化的预测进行目标体系设置、资源合理配置和行动计划安排等系统性设计。

要求规划人员必须具有深厚的专业知识和对市场变化的敏锐性，同时还能根据市场变化和现实条件进行旅游产品创造。

（一）旅游规划的特点

4. 系统性

旅游是一个复杂的系统，包括许多子系统，旅游规划的内容必须具有系统性，才能处理和协调好旅游这个复杂的系统。

必须从系统的角度出发，通过建立一整套逻辑严密、运作科学的系统性方式方法，按照相应的规划程序有步骤、有条不紊地进行下去，系统地、有效地完成整个规划任务和规划过程。

旅游规划就是在综合分析各部门和各要素发展历史和现状的基础上，提出区域旅游系统的发展目标及为实现既定目标的行动部署。

（一）旅游规划的特点

5.可操作性

旅游规划的最终目的就是应用于实践，指导旅游发展建设，使旅游开发有章可循、有据可依，要求规划符合实际、内容充实，具有可操作性。

旅游规划的可操作性还体现在为适应市场经济富于变化的特点，规划体系由单方案刚性型转向多方案弹性型，这点在旅游业发展规划中特别突出。

不管是委托方还是规划方，一定要本着务实的态度、创新的精神，认真地研究当地资源，认清市场趋势，了解开发条件，以此为基础，拿出适用的、可操作的规划成果。

（一）旅游规划的特点

6.全面性

由系统性进一步衍生出旅游规划的全面性标准。

在旅游规划中必须通盘考虑，全面分析和规划旅游开发所涉及到的各个方面，实现社会资源在满足旅游业发展方面的合理配置。

旅游规划的全面性也体现在规划体系的关联性上，即旅游规划往往与城市或城镇规划、环境保护规划、土地利用规划、道路交规划、林业规划、水利规划、电力电讯规划、文物保护规划等形成共轭。

（一）旅游规划的特点

7.规范性

旅游产品系列的设计往往充满创造力，但其设计的前提在于对旅游市场、旅游资源进行过深入的研究，这是规范性的；

旅游项目的设置需要想像力，这有赖于规划人员对旅游者心理的把握、旅游区域的总体定位和整个游线系统的设计，这也是规划的重要内容。

旅游规划的规范性更多是体现在规划技术、规划方法、规划内容、规划程序、规划管理、规划成果及表现形式等方面的规范性。这在《旅游规划通则》中也有较详细的叙述，如对旅游规划的编制程序、各种规划的主要内容、规划的评审等都有较详细的规定。

（一）旅游规划的特点

8. 可持续性

旅游业的可持续发展一直是旅游理论研究中的热门话题，而旅游可持续发展又在很大程度上取决于旅游规划的可持续性。

可持续性标准还表现为规划的连续性、实施的弹性和改善的持续性。

(二) 旅游规划的理念

80年代以来，旅游规划的理念大体经历了三个发展阶段，即：



（二）旅游规划的理念

第一阶段是资源导向阶段。

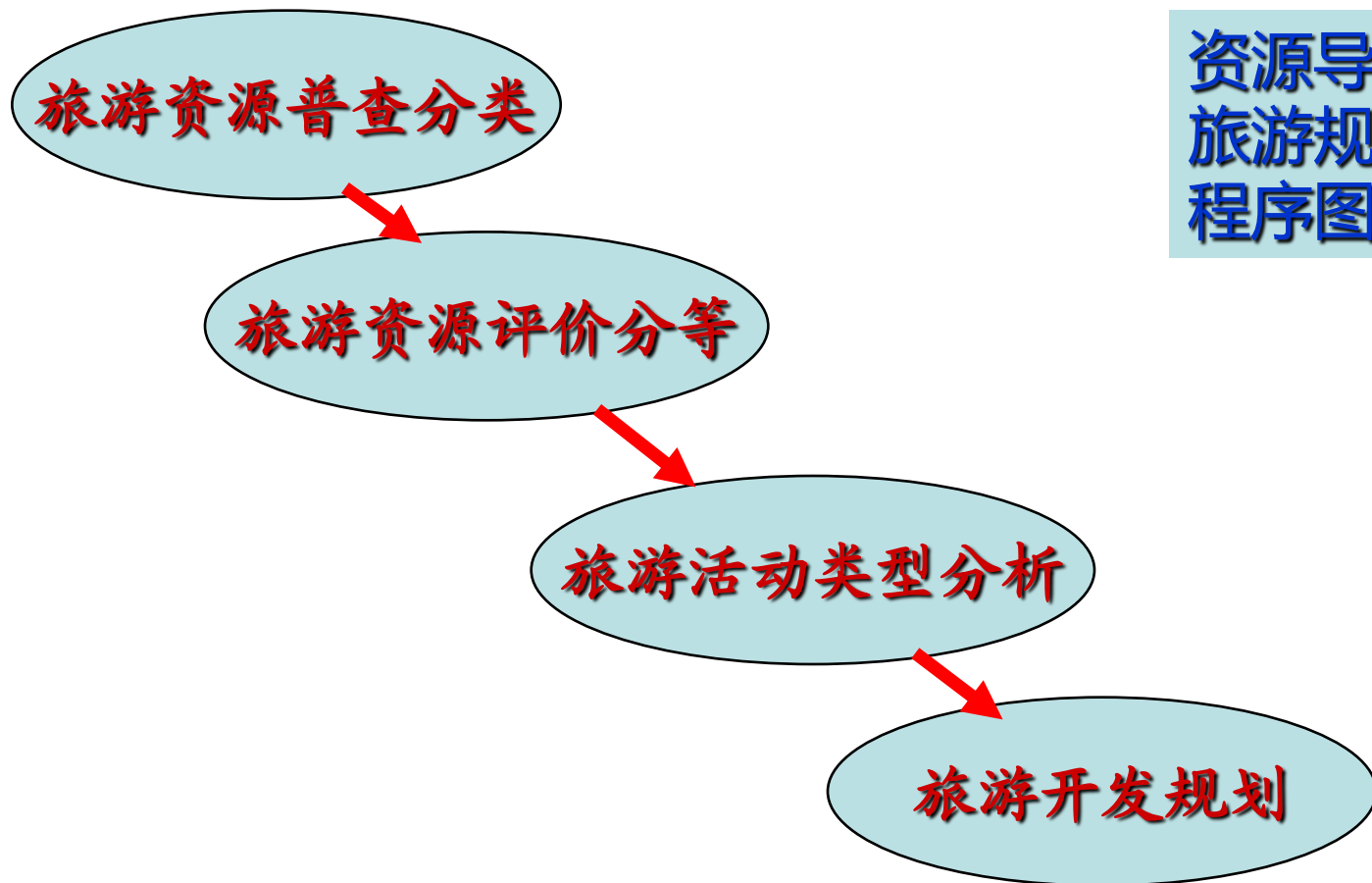
也可称唯资源论和泛资源论阶段，这个阶段是旅游业的兴起阶段，这时商品经济和市场观念尚不熟悉，旅游市场还处于卖方市场。

旅游规划的出发点往往就只根据旅游资源的数量和质量来确定旅游区（点）的建设和有关旅游设施的配套等内容。

这类规划当初也取得了一定成果，但随着市场竞争的加剧，脱离市场的旅游开发规划，最终很难达到预期的旅游投入产出效益。

(二) 旅游规划的理念

资源导向阶段
旅游规划决策
程序图



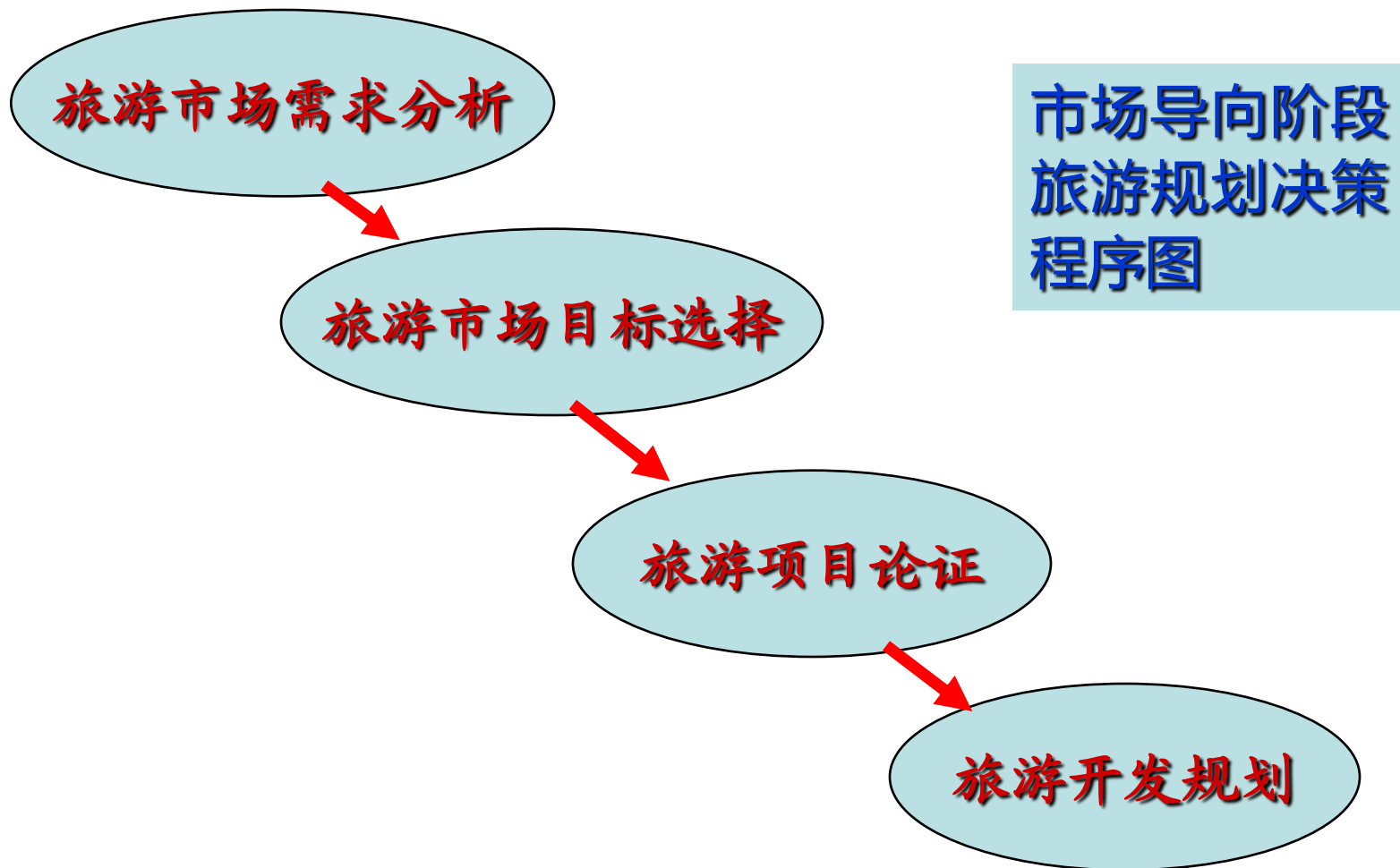
（二）旅游规划的理念

第二阶段是市场导向阶段。

这类规划在科学评价资源的同时，积极寻求与其相匹配的客源市场，它对旅游业发展有着实际指导和规范的作用，已成为旅游规划的主流。

从资源导向转入市场导向，可以说是一种思维方式的转变，它所带来的巨大经济、社会效益证明了科学的指导思想的重要性。

(二) 旅游规划的理念



（二）旅游规划的理念

第三阶段是综合导向阶段。

这是一个市场、资源、产品、形象策划和营销一体化的综合阶段。

是从分析研究市场出发，对市场进行细分，确定目标市场，针对市场需求，有资源则对资源进行筛选、加工或再创造，没有资源也可根据市场和本地的经济技术实力进行策划和创意，然后设计、制作、组合成适销对路的旅游产品，并通过各种营销手段推向市场。

综合导向是旅游市场深化的必然结果，也寓示着产品创意理念、营销理念将会在未来规划中占据重要地位。

（二）旅游规划的理念

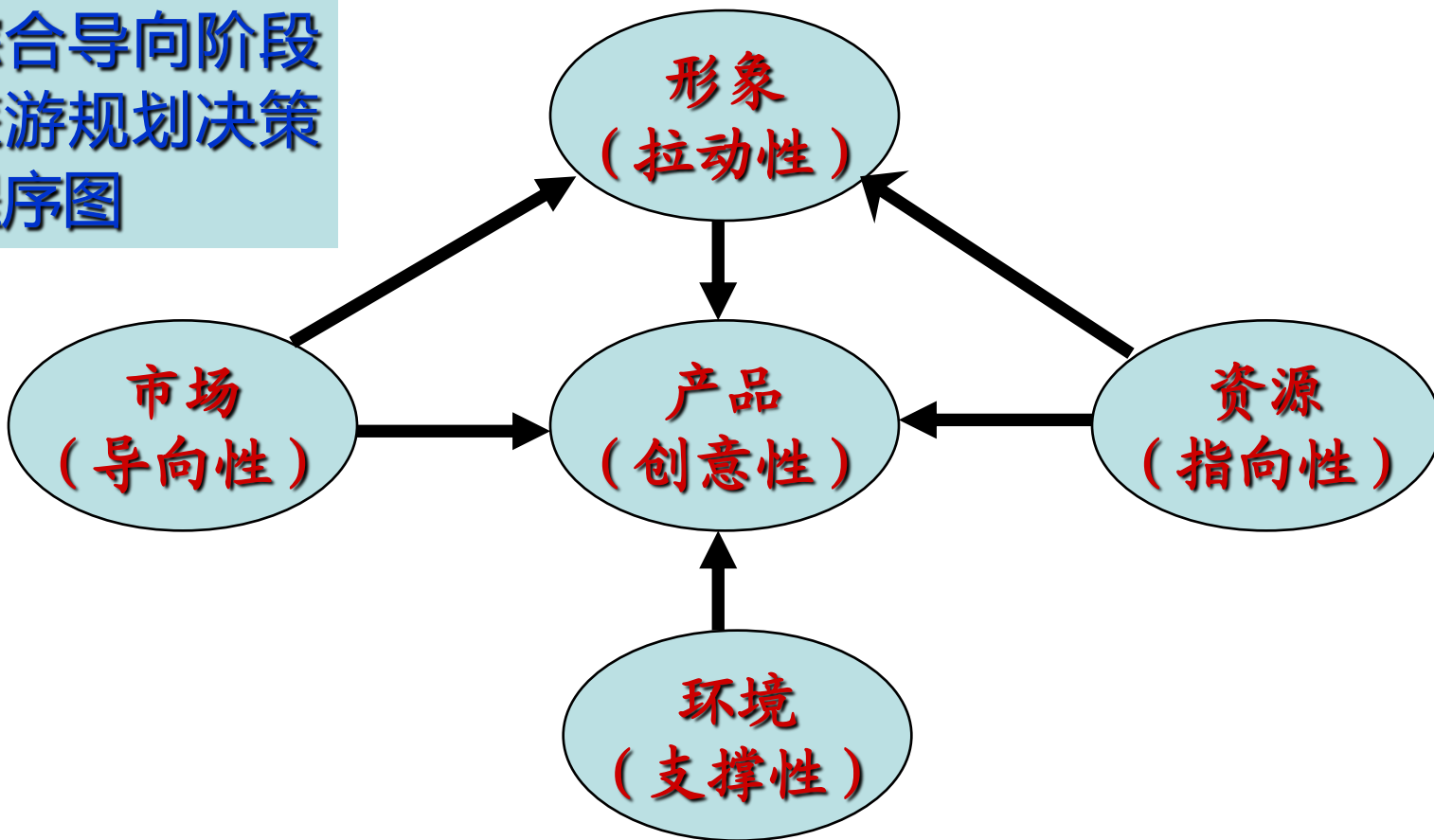
第三阶段与以往规划显著不同的特征：

一是受行为科学、市场营销等学科影响，在旅游发展规划中不断引入游客行为范畴，把游客在吸引区域范围、资源级别、旅行方式、消费结构等方面的行为表现倾向，贯彻到市场开拓和发展上，更加注视产品开发和促销规划；

二是在旅游目的地的一体化开发上，导入旅游识别系统，进行旅游形象设计，尤其注重构造和完善视觉识别系统（VIS），强化景点的营销功能，提高旅游景点在游客中的吸引力，增加其在旅游市场的竞争力，以获得更多的市场份额。

(二) 旅游规划的理念

综合导向阶段
旅游规划决策
程序图



（二）旅游规划的理念

区域旅游系统规划充分体现了“大旅游”的思想，旅游系统规划既要协调平衡好旅游系统的各组成部分，又要统盘考虑旅游发展和其它有关部门、行业之间的协调关系，还要研究旅游系统中自然的、技术的、社会的、经济的诸因素相互结合。

（二）旅游规划的理念

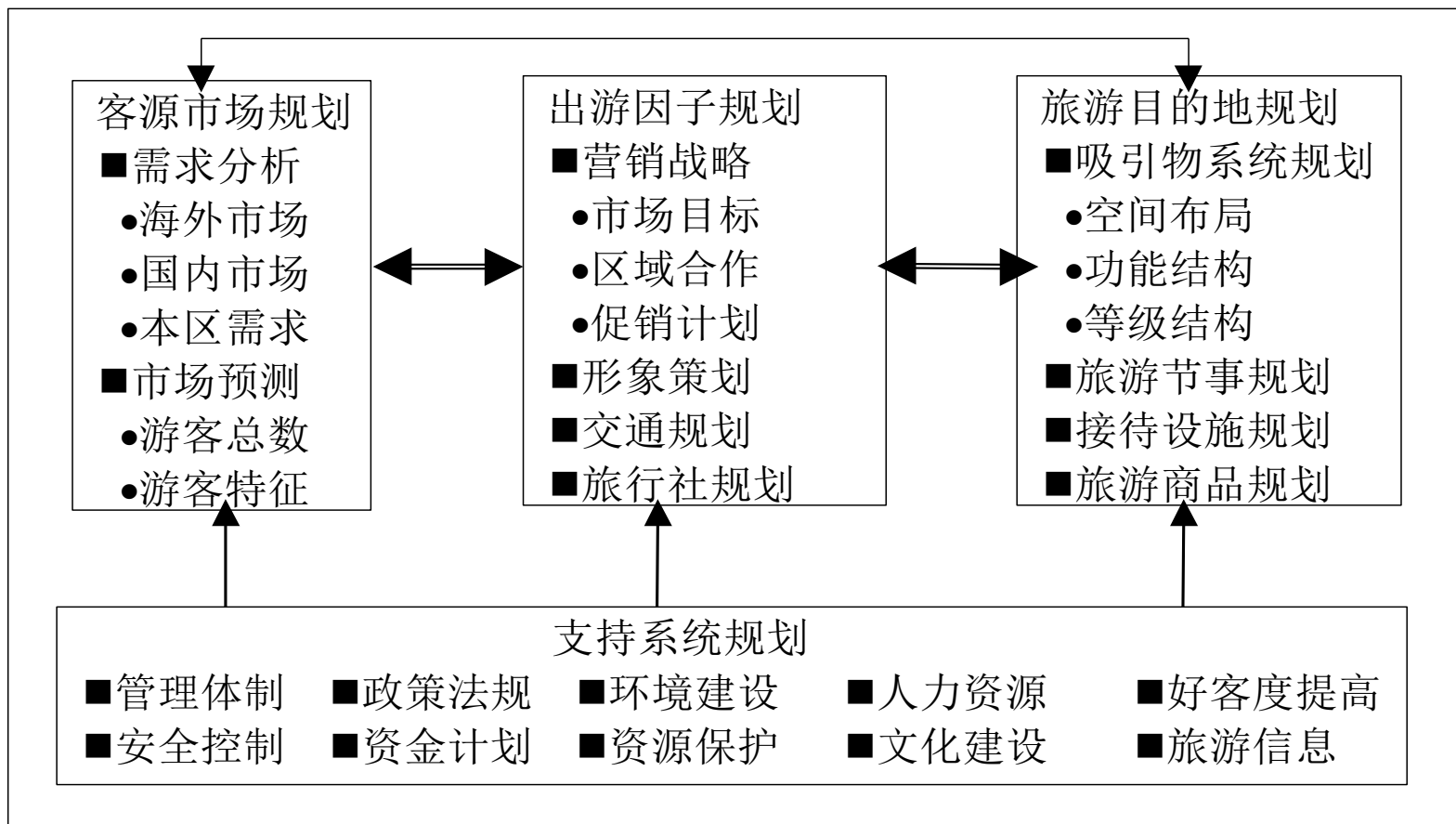
区域旅游系统规划的思想是：

以客源市场系统为导向（即市场是开发规划的起点），以旅游目的地系统为主体，出游系统为介体，支持系统为保障，反馈系统为监控，把使市场与资源紧密结合于一体的旅游产品作为目的地系统乃至整个旅游系统开发的核心。

它以系统科学为理论基础，以可持续发展思想为指导思想，以系统分析法为方法论，是一个集市场、资源、产品、形象策划、营销、环境、培训、管理、人力、资本等于一体的综合开发，力求开发与未来的市场运营相统一。

(二) 旅游规划的理念

旅游系统结构



(二) 旅游规划的理念

资源导向性

市场导向性

产品创意性

形象拉动性

环境支撑性

产业系统性

点子激活性

(三) 旅游规划的原则

突出特色，差异化发展原则

配置要素，产业化发展原则

市场导向，效益最大化原则

开放改革，持续性创新原则

统筹协调、具有操作性原则

保护优先，可持续发展原则



（三）旅游规划的原则

突出特色，差异化发展原则

特色是旅游业的灵魂与生命，没有特色，发展趋同，便丧失竞争力和生存基础。“唯我独有”，“唯我所长”是旅游开发成功之道。尤其要注意突出地方特色以满足游客猎奇的心理，从而增强竞争力。

要综合考虑形成旅游产品的各要素及其相互关系，在对组成旅游产品的品牌进行总体设计的基础上，强化旅游产品的质量意识和名牌意识。

有了特色，形成优势，才有可能构造品牌。

（三）旅游规划的原则

配置要素，产业化发展原则

旅游业要以开发旅游产品为主体，使食、住、行、游、购、娱六大要素开发成一条龙配套，形成完整体系，充分调动各区域、各部门、各行业，积极发展旅游产业。

推动旅游宾馆、旅游购物、旅游商贸、食品加工业、旅游娱乐业、传统手工艺、农牧业、交通运输与旅游人才培养等全面发展，形成旅游综合生产力，应注意旅游业和其它产业的协调发展，这样才能起到事半功倍的效果。

（三）旅游规划的原则

市场导向，效益最大化原则

发挥经济、社会和生态三方面协调一致的综合效益。

要选准资源开发突破口，尽快收回投资，在发挥经济效益的同时还要注意社会效益，更应注意生态环境的保护和建设，使旅游区真正能够持续协调地发展。

提高对旅游产品项目的决策水平和管理水平。

要形成聚集效益，在一定的空间范围内尽可能使旅游活动具有丰富性、多样性和聚集性，形成旅游产品生产和服务规模的内在经济和外在经济，提高聚集经济效益。

（三）旅游规划的原则

开放改革，持续性创新原则

持续创新的宗旨就是新产品不断产生，旧产品不断再生。

产品与服务的领先是在创新经济中的致胜方法之一。

旅游企业必须有一番超乎目前市场所能想象的改革创新；必须要知晓游客的需求；

（三）旅游规划的原则

统筹协调、可操作性的原则

做好与相关规划的衔接。特别是与城市总体规土地利用规划的衔接。

（三）旅游规划的原则

保护优先，可持续发展原则

规划时应坚持保护的原则，并划出相应的保护区，确定保护级别和类型，并采取有效措施可，使保护真正落到实处。谋求旅游与自然、文化和人类生存环境融为一体。

二、旅游规划的基本 内容和要求

（一）旅游区总体规划主要内容

1.政策法规研究。国家和本地区旅游及相关政策、法规进行系统研究，全面评估规划所需要的社会、经济、文化、环境及政府行为等方面的影响。

2.旅游资源调查。规划区内旅游资源的类别、品位进行全面调查，编制规划区内旅游资源分类明细表，绘制旅游资源分析图，具备条件时可根据需要建立旅游资源数据库，确定其旅游容量，调查方法可参照GB / T 18972执行。

3.旅游客源市场分析。对规划区的旅游者数量和结构、地理和季节性分布、旅游方式，旅游目的、旅游偏好、停留时间、消费水平进行全面调查分析的基础上，研究并提出规划区旅游客源市场未来的总量、结构和水平。

（一）旅游区总体规划主要内容

4.旅游发展综合评价。规划区旅游业发展进行竞争性分析，确立规划区在交通可进入性、基础设施、景点现状、服务设施、广告宣传等各方面的区域比较优势，综合分析和评价各种制约因素及机遇。

5.旅游市场需求预测和目标市场定位。对旅游区的客源市场的需求总量地域结构、消费结构等进行全面分析与预测。

6. 确定旅游区范围和界定旅游区具体界线。

7. 分析旅游业发展态势和未来发展趋势，对旅游区发展SWOT分析，借鉴国内外同类案例和先进经验。

8. 确定旅游区发展总体定位、发展目标、旅游区的性质和主题形象、旅游区发展总体战略和发展步骤、旅游区发展遵循的基本原则。

（一）旅游区总体规划主要内容

9. 确定规划旅游区的功能分区和土地利用。明确旅游区发展总体布局。

10. 规划旅游区特色旅游产品、重点旅游产品和重点项目。

11. 研究并确定旅游区资源的保护范围和保护措施。提出旅游旅游资源保护与生态环境保护，提出规划期内的旅游容量。

12. 规划旅游区的景观游赏系统和游览线路组织。

13. 提出旅游区绿地系统的总体布局、绿化美化和植物景观规划。

14. 规划旅游区的对外交通系统的布局 and 主要交通设施的规模、位置；旅游区内部的其他道路系统的走向、断面和交叉形式。

（一）旅游区总体规划主要内容

15.规划旅游区其他基础设施；服务设施和附属设施的总体布局。

16.规划旅游区的防灾系统和安全系统的总体布局。

17.规划旅游区的环境卫生系统布局，提出防止和治理污染的措施。

18.提出旅游区居民社会调控与经济发展引导规划。

19.提出旅游区组织机构与人力资源开发规划。确定旅游区常驻人口和游客的规模。

20.提出旅游区近期建设规划，进行重点项目策划。

21.对旅游区开发建设进行总体投资分析。编制旅游区建设项目表，提出旅游区投资资金筹措方案。

22.提出总体规划的实施步骤、措施和方法，以及规划、建设、运营中的管理意见。

（二）旅游区总体规划的编制要求

1.要以国家和地区社会经济发展战略为依据，以旅游业发展方针政策及法规为基础，与城市总体规划、土地利用规划相适应，与其他相关规划相协调；根据国民经济形势，对上述规划提出改进的要求。

2.要坚持以旅游市场为导向，以旅游资源为基础，以旅游产品为主体，经济、社会境效益可持续发展的指导方针。

3.要突出地方特色，注重区域协同，强调空间一体化发，避免近距离不合理重复建设，加强对旅游资源的保护，减少对旅游资源的浪费。

（二）旅游区总体规划的编制要求

4. 旅游规划编制鼓励采用先进方法和技术。编制过程中应当进行多方案的比较，并征求各有关行政管理部门的意见，尤其是当地居民的意见。

5. 旅游规划编制工作所采用的勘察、测量方法与图件、资料，要符合相关国家标准和技术规范。

6. 旅游规划编制人员应有比较广泛的专业构成，如旅游、经济、资源、环境、城市规划、建筑等方面。旅游规划的理论基础和原则揭示了任一层次的旅游规划涉及到许多相关学科，一个优秀的规划必须是多学科综合研究的成果。

（二）旅游区总体规划的编制要求

7.具有适度超前性。旅游规划技术指标应当适应旅游业发展的长远需要，具有适度超前性。

8.整合与创新。整合是在财智时代实施创新的一种重要手段和支撑。要素不齐，创新理念和创新战略无法有效推进和实施。

新的视角，大的范围；

整合是各种创新的集成，是各种优势资源的集中与互补，是各种市场要素的配置与重组。整合的原则应是确保三性——唯一性、权威性、排他性，创造双赢甚至多赢的结局。

（二）旅游区总体规划的编制要求

9. 旅游规划要有创造力。

“创造”对于旅游规划来说是很重要的。创造可以在遵循规划的理论基础和原则的条件下，充分发挥规划者的聪明才智，大胆设想、标新立异，设计出既有特色又具有吸引力的旅游产品。许多优秀的规划成果常是创造力的产物，创造力是旅游规划者或规划队伍素质的体现。

旅游是一项求知、求乐、求异、求新的活动，如果规划和开发千篇一律，就满足不了不同人的需求，因此“创造”对于旅游规划来说是很重要的。创造可以在遵循规划的理论基础和原则的条件下，充分发挥规划者的聪明才智，大胆设想、标新立异，设计出既有特色又具有吸引力的旅游产品。许多优秀的规划成果常是创造力的产物，创造力是旅游规划者或规划队伍素质的体现。

（二）旅游区总体规划的编制要求

10.走合作道路。旅游规划编制不仅要有多专业多学科的技术人员合作完成，合作还包括规划者与政府机关、企事业单位、私人投资者、当地居民、游客等的合作。此外，合作还能获得新信息、新方法、新技术，推动规划研究的发展。倡导要用5种眼光，即专家的眼光+政府（官员）的眼光+投资商的眼光+旅游者的眼光+媒体的眼光，或者最好能有这几个方面的人士也参加规划或者作为顾问。

（二）旅游区总体规划的编制要求

11.规划要有一定的灵活性。旅游规划的制订要有一定的灵活性，以便在将来事物发生变化时，可以对规划进行修改和纠正以及重新编制。拙劣的规划即缺乏灵活性的规划如果实施，当未来客观情况发生变化时，便无法进行修改，若要重新编制规划以及实施规划，所付出的代价是很高的，因为有可能否定过去不合理的建设而重新建设，浪费大量的人力、物力、财力。如预留发展空地，基础设施适度超前等。

（二）旅游区总体规划的编制要求

12. 旅游项目策划要做到“六个第一”。旅游业发展要实施大项目带动策略，要根据市场需求和现代旅游发展趋势，策划包装一系列骨干项目。

包装项目要做到“六个第一”：

- (1) 百年大计，策划第一；
- (2) 策划方案，创意第一；
- (3) 创意构思，特色第一；
- (4) 特色构建，文化第一；
- (5) 文化竞争，市场第一；
- (6) 市场开发，超前第一。

（二）旅游区总体规划的编制要求

13.规划的高层次才是真正的高层次，规划的节约是最大的浪费。有潜力的穷地方可做富规划。做到“三个度四个着眼”。

既有高度，又有深度，还有广度；

做规划，必须四个着眼，着眼于宏观、着眼于产业结构、着眼于战略、着眼于未来；但在具体操作上，应着眼于微观、着眼于产品、着眼于对策、着眼于现在；所以，既着眼当前，又着眼长远；既着眼局部又着眼全局；从而达到依据科学性、对策现实性、目标前瞻性。

（三）旅游区总体规划的评审要求

- 1.旅游产品开发的市場可行性。
- 2.旅游开发建设项目投资的经济合理性。
- 3.旅游设施、交通线路空间布局的科学合理性。
- 4.规划项目对环境影晌评价的客观可靠性。
- 5.规划的创意性。
- 6.各项技术指标的合理性。
- 7.规划文本和附件的规范性。
- 8.规划实施的可操作性。

（四）旅游区总体规划研究的发展趋势

1. 社会经济发展将极大丰富和催生旅游区的类型。
2. “系统整合”是旅游区总体规划发展的整体趋势。
3. 规划技术化和指标量化是旅游区总体规划的典型趋势
4. 对社区文化和谐的研究是今后解决旅游区总体规划中存在的重要途径
5. 可持续发展是旅游区规划的出发点和归宿点

谢谢各位同事

养生
巴马瑶族自治县
盘阳河沿岸旅游发展规划

广西
旅游规划院