



# 旅游规划的几个概念

2012.3.16



2015/5/13



# 一、旅游规划的概念

旅游规划，是一个地域综合体内旅游系统的发展目标和实现方式的整体部署过程。旅游规划经相关政府审批后，是该区各类部门进行旅游开发、建设的法律依据。旅游规划要求从系统全局和整体出发，着眼于旅游规划对象的综合整体优化，正确处理旅游系统的复杂结构，从发展和立体的视角来考虑和处理问题。因此，旅游规划必然要站在高屋建瓴的角度统筹全局，为旅游实现提供指导性的方针。



## ◆二、我国旅游规划常用的分类

- 1、旅游发展规划
- 2、旅游区规划
- 3、专项旅游规划
- 4、空间层次规划





## 1、旅游发展规划

- ◆ 是根据旅游业的历史、现状和市场要素的变化所制定的目标体系，以及为实现目标体系在特定的发展条件下对旅游发展的要素所做的安排。



- ◆ 2、旅游区规划
- ◆ 是指为了保护、开发、利用和经营管理旅游区，使其发挥多种功能和作用而进行的各项旅游要素的统筹部署和具体安排。分为：总体规划、控制性详细规划、修建性详细规划



## ◆ (1) 旅游区总体规划

期限一般为10至20年，同时可根据需要对旅游区的远景发展作出轮廓性的规划安排。对于旅游区近期的发展布局和主要建设项目，亦应作出近期规划，期限一般为3至5年。



## ◆ (2) 旅游区控制性详细规划

旅游区控制性详细规划是以总体规划为依据，详细规定区内建设用地的各项控制指标和其它规划管理要求，为区内一切开发建设活动提供指导。





### ◆ (3) 旅游区修建性详细规划

旅游区修建性详细规划的任务是，在总体规划或控制性详细规划的基础上，进一步深化和细化，用以指导各项建筑和工程设施的设计和施工。



### ◆ 3、专项旅游规划

是指针对旅游地或旅游区特定课题的研究和规划安排。根据实际需要，可编制的专项旅游规划包括：旅游项目开发规划、旅游线路规划、旅游投融资规划、旅游地建设规划、旅游营销规划、旅游区保护规划、旅游服务设施规划等。



## ◆ 4、空间层次规划

可以划分为跨区域规划、国家级规划、区域级规划和地方及规划等。



### 三、旅游规划常见的几个概念

#### ◆ (一) 旅游概念性规划

旅游概念性规划是介于发展规划和建设规划之间的一种新的规划，它强调思路的创新性、前瞻性和指导性。是属于一种对旅游宏观发展思路的探讨和研究。



《概念规划 (Concept Planning) 在国外比较常见，它不是规划层次系列中的某一层级，而是在任何一个层次均可进行概念规划。但是，由于概念规划侧重于发展方向和各学科的综合平衡，而不是作出详细的规划设计，因此多出现于城市的、社区的或局部地带的层面和规划范围。






- ◆ 概念性规划强调对总体规划编制的内容进行简化，区分轻重缓急，注重长远效益和整体效益，对城市发展中具有方向性、战略性的重大问题进行集中、专题的研究。如从国家、区域的角度对城市的定位、发展方向等进行探讨，从经济、社会与环境的角度提出城市发展的综合指标体系和发展战略等，以适应城市迅速发展变化和决策的要求。



## ◆ (二) 旅游策划

旅游策划作为策划的一种，就是依据旅游市场的需求现实需求和潜在需求和旅游地的资源优势，对该旅游地的旅游项目进行定向、定位的过程，也就是对旅游产品的研制、发展、优化的过程。

- 
- ◆ 2、根据阶段的不同，旅游策划可以分为：  
旅游规划前的旅游总体策划、旅游规划后的旅游总体策划。

- ◆ (1) 旅游规划前的旅游总体策划

于规划之前导入旅游总体策划，可以解决深度研究，准确定位市场、定位主题、定位形象和确立核心吸引力；拟合资源与市场，形成表现吸引力的产品形态；落实战术和行动计划。



- ◆ 1) 深度进行市场研究, 准确定位市场、定位主题、定位形象、确立核心吸引力;
- ◆ 2) 拟合资源与市场, 大胆创意, 形成表现吸引力的产品形态;
- ◆ 3) 运用韬略, 建构战略, 并落实为战术和行动计划。



- ◆ (2) 旅游规划后的深度旅游总体策划
- ◆ 旅游规划完成后，需要进一步进行旅游策划，通过策划将规划的大理念转变为产品、项目、行动计划。再依托旅游策划报告，进行详细规划编制，进而实施建设。
- ◆ 根据其功能的不同，深度旅游总体策划可以分为：项目落地策划、营销策划、招商融资策划。





- ◆ 1) 旅游项目落地总体策划
- ◆ 针对单个旅游产品，旅游策划要比规划更切实、有力！旅游产品的生命周期决定了规划一个景区其生命力往往没有它的规划期长，旅游策划能够解决上述矛盾，通过相应策划立刻带动经济效益的增长，当游客口味发生变化时，旅游策划又能灵活的调整，这是旅游策划的优势所在。



## ◆ 2) 营销策划

- ◆ 没有专业的品牌规划，没有准确的品牌定位，没有鲜明的品牌形象，没有震撼的品牌口号，没有整合的品牌传播，这是当前旅游企业策划缺失的种种表现。让人看完整个资料，也难以留下深刻印象，很难达到较好的宣传效果。造成这些问题的原因是多个方面的，归根结底是，虽重视宣传，但没有找到专业的策划设计公司。



### ◆ 3) 招商融资策划

- ◆ 旅游景区的开发规划工作，也是一个涉及如何利用资金发展旅游的问题，一个景区的发展到底是依靠全民、全国乃至世界来投资，还是依靠计划拨款、财政恩赐或是银行贷款？规划在旅游景区的研究中给出了很好的方向，但毕竟规划不是个项目，无法真正招商引资。由于有了单项策划对规划的分解，使投资者的目标，正是符合投资者带来的丰厚回报！



谢谢!