

浅谈全域旅游规划与旅游发展总体规划的异同点

张薇 吴开军

(广东财经大学地理与旅游学院 广东 广州 510320)

【摘要】中国的旅游产品已从最初的观光旅游逐步发展为观光、度假、休闲、商务、会展、康体、医疗、游学等多种形式并存之势。随着旅游业的迅猛发展,旅游的规划与建设成为旅游学科研究的重要内容之一。本文以旅游规划学中的全域旅游规划和旅游发展总体规划为研究对象,从概念、相同点、不同点三个方面探讨二者之间的区别与联系,以为今后的相关旅游规划实践提供基本的理论知识基础。

【关键词】全域旅游;旅游规划;相同点;不同点

一、相关概念

(一) 全域旅游规划的内涵

全域旅游规划是从国家到个人的由面到点、自上而下的多方合作新平台,它将一定区域作为完整旅游目的地,以旅游业为优势产业,进行统一规划布局以实现旅游业现代化、集约化、品质化、国际化,最大限度满足大众旅游时代人民群众消费需求新的规划模式。全域旅游作为指导一个旅游目的地建设的长期发展战略,旅游规划工作需要从旅游资源的全新解读、规划编制和实施的机制创新以及创新旅游发展规划布局等方面进行全新的探索,以便使旅游规划真正发挥功效。

(二) 旅游发展总体规划的内涵

旅游发展总体规划是在较长的规划时期内,根据当地自然和社会经济条件为基础,结合国民经济发展的要求,对旅游业发展目标、要素结构与空间布局所做的总体战略性规划,是政府加强旅游管理,促进资源可持续利用和调控资源配置的重要手段。它主要是根据各区域旅游业的历史、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总体安排与构想。^[1]

二、全域旅游规划与旅游发展总体规划的相同点

(一) 规划的核心定义

全域旅游规划与旅游发展总体规划两者皆为旅游规划,其核心定义相同:①在旅游地及其旅游资源调查评价的基础上,针对旅游地及其旅游资源的属性、特色和旅游供需市场的发展规律,根据旅游市场的需求,对旅游资源进行科学的保护和开发利用;②二者规划均顺应旅游发展的未来计划、指导纲领和设计蓝图,均是一个国家、地区国民经济和社会发展规划的组成部分,旨在确定一个国家、区域、或某景点旅游发展的方向、规模、目标、速度和类型等。^[2]

(二) 规划的基础

旅游市场和旅游资源是进行全域旅游规划和旅游发展总体规划十分重要的基础条件。二者规划均要依托具有地域特色的旅游资源(全域旅游规划又突破了传统旅游资源的范畴)对于旅游规划前期的市场研究来说,其表层的内容就是对客源市场的过去、现在和未态趋势进行分析、预测;里层的内容就是确立目的地的旅游形象,使潜在市场转变为真实的客源市场。

(三) 规划的前提

为促进旅游业健康发展,发挥全域旅游规划与旅游发展总体规划的效能,必须营造旅游规划的社会经济支撑环境,完善规划体制。首先应构建国民经济和社会发展规划体系,理顺全域旅游规划、旅游发展总体规划与城市总体规划、土地利用总体规划以及其他部门规划之间的关系,将二者提升到社会层面来全面审视,奠定旅游发展规划的社会地位。其次,引入市场运行机制,建立规范的规划编制和修编制度,遵循良性化的旅游规划编制流程。包括采用多样化的规划编制委托形式,建立有效的规划专家遴选机制、规划大纲评审机制、公众参与机制,完善规划评审制度。

(四) 规划的刚性与弹性

旅游规划的刚性是指在一定社会经济条件下,旅游总体规划在规划程序、战略指导思想、主要任务、核心内容、战略目标和规划管理等方面所具有的固定性、法定性、权威性、严肃性。旅游规划的弹性主要是指在确保旅游总体规划应有功能的前提下,规划编制、项目设置、产品组合、服务能力和实施管理的灵活性、可调整性和应变能力。无论

是全域旅游规划,还是旅游发展总体规划,其具体的规划过程都具有一定的刚性与弹性,其中刚性是第一位的,以显示规划的权威性。但是刚性太强也会使规划过于呆板,降低规划的可操作性。规划的弹性作用在于弥补规划刚性的缺陷,使具有一定刚性的规划增强其编制和实施的灵活性,更好地将规划科学和规划艺术统一到编制和实施规划的实践活动之中。

(五) 规划的运作方式

全域旅游规划与旅游发展总体规划的运作方式大致相同,由相关政府部门组织项目规划并进行规划项目的公开招标。规划编制工作完全由专家组负责,基本上不受其它机构的干扰和控制。专家组的构成方式由招标和知名专家互聘形成,保证了参与者的资质和学术信誉。专业的规划咨询公司保证了规划人员在时间安排上的必要长度和稳定性。

三、全域旅游规划与旅游发展总体规划的不同点

(一) 规划的内容

旅游发展总体规划的主要内容是从本地旅游资源和旅游市场的特色出发,结合社会经济发展水平,确定本县市旅游规划的指导思想、战略目标、旅游定位与形象策划、旅游空间布局与项目设置、旅游产品设计等内容。旅游发展总体规划已成为政府履行宏观调控、社会管理和公共服务职责的重要依据。

全域旅游规划是将特定区域作为完整旅游目的地进行整体规划布局、综合统筹管理、一体化营销推广,促进旅游业全区域、全要素、全产业链发展,实现旅游业全域共建、全域共融、全域共享。其最根本的目标是打破景区景点的限制,将整个区域打造成一个旅游目的地。^[3]

(二) 规划的基本理念

旅游发展总体规划强调了生态理念、持续发展理念和人本主义理念,主张可持续旅游,尤其强调旅游经济的可持续发展,对各地现有的以大项目型的开发规划持低调理性的态度。规划重视对现有项目的整合与深层次利用,强调对已有项目的科学管理。^[4]

新时期全域旅游规划在生态理念、可持续发展理念和人本主义理念的基础上,融入绿色发展理念、开放发展理念和共享发展的理念,打破传统景点旅游规划的固有思维模式,注重全域旅游开发的生态环境效益与社会经济效益新理念。

(三) 规划的重点

在供给侧改革背景下,全域旅游规划要着重关注以下六大焦点:①聚焦全域理念引领,规划布局产业生态圈;②聚焦全域存量优势,综合盘活旅游要素资源;③聚焦全域业态融合,目标锁定“旅游+”新业态;④聚焦全域政策驱动,改革全域旅游管理体制;⑤聚焦全域标准建设,打造全域旅游示范区。而旅游发展总体规划的聚焦于明确旅游业在国民经济和社会发展中的地位与作用,提出旅游业发展目标,优化旅游业发展的要素结构与空间布局,安排旅游业发展优先项目,促进旅游业健康发展。

旅游发展总体规划的核心目标体现在旅游效益的增量上,主要表现在规划期内的旅游人数、旅游收入、旅游就业人数等这些旅游的经济、社会发展的指标上,全域旅游规划的核心是要拉动整个区域内经济的发展以及社会的进步,主要表现在对整个区域内社会经济活动的带动作用。

(四) 规划的创新性

旅游发展总体规划属于传统的旅游规划,是对一个行政区域的旅游

总体布局和重要旅游项目的安排。而全域旅游规划是在传统规划的框架基础上所作的创新。运用全域旅游的理念所做的全新规划,其创新性:一是体制机制创新,如何通过全域旅游规划统筹旅游部门与其他部门、行业深度融合;二是创新旅游业态和产品,通过对传统的“非旅游资源”创新认识,规划新的旅游业态和产品;三是产业融合,突破旅游产品与产业,全领域打造“超级体验店”;四是旅游服务创新,既要旅游部门的“旅游+”,又要其他部门和企业的“+旅游”和全社会的“旅游融”;五是旅游营销创新,推动政府、企业、居民、游客“四位一体”式的“全民营销”。^[5]

(五) 规划的适配区域

旅游发展总体规划是在对规划范围所拥有的旅游资源分析的基础上,结合旅游需求的行为特征,来确定区域内旅游发展的目标、空间布局、构建起旅游的产品体系和旅游服务体系。如果说旅游发展总体规划是解决能不能发展旅游的问题,那么全域旅游是要解决旅游经济系统能不能成为地区经济社会发展的动力问题。当前全域旅游规划主要有4大适配区域,即:①经济综合实力较强县、市;产业基础好、资源类型丰富、重点资源突出、明确的旅游主打产品、有一定品牌基础;②处于都市辐射圈,传统旅游资源不突出的县;交通便利,城市基础设施良好;③行政区域范围较小的区、县;资源集中,空间立体化利用潜力大;④旅游资源全域均质分布区县;资源丰富;相对均匀分布。

四、总结

通过以上分析内容,可知目前全域旅游规划与旅游发展总体规划之间的相同点有:旅游规划的核心定义、规划的基础、规划的前提、规划的刚性与弹性和规划的运作方式;二者之间的不同点主要有:规划的总体内容、规划的基本理念、规划的主要焦点、规划的创新性和规划的适

配区域。通过对比全域旅游规划和旅游发展总体规划,可从总体上把握二者之间的联系与区别,并可对各规划内的具体内容进行更深入的比较,以对今后的旅游规划项目起到一定程度的理论区分和指导作用。

【参考文献】

- [1] 叶新才,王芳. 市县级旅游发展总体规划修编的若干问题浅析[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版), 2008(03): 106-108.
- [2] 苏金明,夏勇开. 大众旅游时代全域旅游规划思考——以《海南省昌江县全域旅游发展总体规划》为例[J]. 中国工程咨询, 2017(01): 19-20.
- [3] 于洁,胡静等. 国内全域旅游研究进展与展望[J]. 旅游研究, 2016, 8(06): 86-91.
- [4] 吴必虎,张伟. 《山东省旅游发展总体规划》评析[J]. 人文地理, 2003, 18(04): 27-31.
- [5] 龚绍方. 旅游规划与开发[M]. 河南: 郑州大学出版社, 2007(01): 1.

基金项目: 本研究受广东省教育厅研究生教改项目基金““一带一路”战略背景下两岸四地跨区域高等教育协同发展研究——以旅游管理研究生教育为例”(2016JGXM_MS_33)资助。

作者简介: 张薇(1991-),女,四川广安人,广东财经大学地理与旅游学院2016级硕士研究生,研究领域为旅游市场营销;吴开军(1973-),男,江西上饶人,副教授,旅游管理博士,硕士生导师,研究领域为旅游企业战略管理、旅游市场营销。

(下接第38页)

微旅游活动空间与出发地距离较近,一般控制在300千米的空间范围内;在规划微旅游项目时应将非常规景点作为微旅游景区规划,便于微旅游者自由出入,考虑开发自助游、乡村游、农业游、森林游、村野游等。

2. 打造“微”产品

微旅游为平静的旅游市场注入了新活力,想要抢占这种“微”商机,需要俘获旅游者心理需求,注重开发品质旅游,让大家享受旅行,爱上旅游。目前,一些旅行社在网站上已经开始关注微旅游市场,把传统旅游线路改成菜单式、组合式的可选择线路,推出短途“微旅游”套餐,这种微旅游套餐偏向自助型产品,现已逐步成为各旅行社定制微旅游的大趋势。

3. 进行“微”营销

以有效吸引游客为现实目标,旅游经营企业应对微旅游打造多元化互动宣传平台,在分析传统目标市场和潜在市场特征的基础上,对微旅游进行必要的口碑营销,向旅游者呈现微旅游产品优势、亮点、价值。

4. 完善“微”政策

微旅游的发展在很大方面需要各旅游部门、相关机构的大力支持,相关的旅游政策及规章制度还需政府部门牵头统一制定和实施。可建立一个多部门的协调组织管理、资金政策改革与创新、利益分配改革机制,还有微旅游教育政策、安全保障制度。

总之,微旅游的开发与发展需要政府引导、旅游经营者协助参与、各相关部门充分发挥自身职能作用,不断创新微旅游产品和改善微旅游服务质量,加强休闲体验型微旅游产品的开发,引导长沙市微旅游往更好的方向发展,顺应旅游业的转型,随着微旅游环境的日益成熟,长沙微旅游必将更加理性和成熟。

【注释】

①新浪科技. 工信部: 2015年我国移动电话用户13.06亿. [EB/OL]. <http://tech.sina.com.cn/t/2016-01-28/docifxnzanh0236167.shtml>, 2016-01-28.

②数据来源: 艾瑞咨询. [2012-03-30]. <http://ec.iiresearch.cn/55/20110830/148680.shtml>.

③数据来源说明: 2015年易观智库发起《中国在线自由用户市场调研》项目,共搜集自由用户样本1800份。

【参考文献】

- [1] 冯媛媛. 近十年国民休闲研究述评[J]. 湖北理工学院学报, 2014(2): 35-40.
- [2] 向远山. 旅游业的春天——解读《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》[J]. 旅游时代, 2014(10): 6-7.
- [3] 沈敬岚. 到不远处晒太阳都市白领选择周末“微旅游”[N]. 新民晚报, 2011-05-02.
- [4] 贾云峰. 微时代旅游需要“微策划”[N]. 中国旅游报, 2012-02-13.
- [5] Neil Carr. The Tourism - Leisure Behavioral Continuum [J]. Annals of Tourism Research, 2002, (4): 970-985.
- [7] 傅远柏. 宁波微旅游市场需求分析及其发展对策研究[J]. 宁波大学学报(人文科学版), 2015, 28(3): 91-95.
- [8] 曾超. 微旅游的概念、认知与发展思考[J]. 江苏商论, 2016, (01): 61-63+73. [2017-09-19]. DOI: 10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.201
- [9] 孙伟丽. 拿起包任性走如今流行“微旅游”[N]. 新华网网电讯, 2011-10-06
- [10] 熊丽蓉, 张文建. 从“微旅游”兴起看都市旅游新形态[N]. 中国旅游报, 2013-08-23
- [11] 杨施思. 基于RMP理论的微旅游产品开发实证研究[D]. 兰州大学, 2015.

作者简介: 唐佳薇(1992-),女,汉族,湖南长沙人,中南林业科技大学硕士研究生在读,研究方向: 公园管理。