

<<旅游景区规划与项目设计>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区规划与项目设计>>

13位ISBN编号：9787503234644

10位ISBN编号：7503234644

出版时间：2008-7

出版时间：中国旅游

作者：马勇//李玺

页数：521

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<旅游景区规划与项目设计>>

### 前言

目前,旅游景区的发展日益呈现出明显的规范化和精品化的趋势。我国旅游行政主管部门对旅游景区开发规划和经营管理十分重视,相继出台了《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972—2003)、《旅游景区质量等级的划分与评定》(修订)(GB/T17775—2003)、《旅游规划通则》(GB/T18971-2003)、《导游服务质量规范》(GB/T15971—1995)、《旅游厕所质量等级的划分与评定》(GB/T18973-2003)等一系列国家标准。而《旅游咨询中心设施与服务规范》等一系列更加具

## <<旅游景区规划与项目设计>>

### 内容概要

面对景区发展中的标准化和精品化趋势，本书以从国家旅游局《旅游景区质量等级的划分与评定》为依据，结合笔者在参与国家旅游局首批评定验收5A级旅游景区工作中的经验，从景区规划与项目设计的理论基础入手，从中、微观的角度对旅游景区的详细规划和项目设计进行系统介绍。

全书共分十五章，分别涉及到景区的基础理论、景区主题及形象定位、景区空间布局设计、游憩项目设计、市场分析、环境景观设计、游线及交通设计、配套服务和基础设施设计、景区投资可行性分析、规划和设计图件制作、景区管理质量控制、景区的数字化建设等内容。

## &lt;&lt;旅游景区规划与项目设计&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅游景区概述 第一节 旅游景区的相关认知 第二节 我国旅游景区开发现状 第三节 旅游景区开发关注的热点和趋势第二章 旅游景区开发规划原理 第一节 旅游景区开发规划的理论支撑与方法创新 第二节 旅游景区开发规划的工作流程 第三节 国内外旅游景区开发规划的构成体系第三章 旅游景区主题及形象定位 第一节 旅游景区主题定位 第二节 旅游景区主题形象概述 第三节 景区主题形象的定位与推广第四章 旅游景区开发规划的空间布局 第一节 旅游景区空间布局的原则 第二节 旅游景区空间布局的方法 第三节 典型旅游景区空间布局模式分析第五章 旅游景区游憩项目概念设计(上) 第一节 旅游景区游憩项目设计 第二节 旅游项目设计的原则和方法 第三节 观光型旅游景区项目设计第六章 旅游景区游憩项目概念设计(下) 第一节 主题公园项目设计 第二节 康体型旅游景区项目设计 第三节 休闲型旅游景区项目设计第七章 旅游景区市场分析及营销推广 第一节 旅游景区市场分析概述 第二节 旅游景区市场分析的内容 第三节 景区市场分析的方法 第四节 旅游景区营销策略及创新第八章 旅游景观视线环境设计 第一节 旅游景区景观视线分析 第二节 旅游景区景观环境设计第九章 旅游景区游线交通规划 第一节 旅游景区游线交通概述 第二节 旅游景区外部交通规划 第三节 旅游景区内部交通及游线设计第十章 旅游景区配套服务设施规划 第一节 住宿接待系统规划 第二节 商品购物系统规划 第三节 景区解说系统规划 第四节 旅游指示系统规划 第五节 游客中心规划第十一章 旅游景区基础设施规划 第一节 景区道路规划 第二节 景区停车场规划 第三节 电力电讯规划 第四节 给排水规划 第五节 环卫工程规划 第六节 竖向规划第十二章 景区开发的可行性分析 第一节 景区开发的可行性分析概述 第二节 景区开发的财务可行性分析 第三节 景区开发的效益评估 第四节 景区开发的不确定性分析第十三章 旅游景区规划图件制作 第一节 旅游景区规划图件概述 第二节 旅游景区规划图件技术要求 第三节 旅游景区规划图件制作方法第十四章 旅游景区管理与质量控制 第一节 旅游景区运营管理规划 第二节 旅游景区质量控制规划 第三节 旅游景区危机管理规划第十五章 数字化景区建设 第一节 信息与信息化 第二节 中国旅游景区数字化的发展 第三节 数字化景区体系的构建附录 附录1 风景区用地分类表 附录2 旅游项目库表 附录3 水体的景观形态 附录4 公共信息指示标志图例(部分) 附录5 旅游设施和服务指示图例 附录6 风景区总体规划图纸规定参考文献后记

## &lt;&lt;旅游景区规划与项目设计&gt;&gt;

## 章节摘录

虽然这些法规和标准当中并没有将旅游景区单独列出，但一般而言，旅游景区的面积较旅游区要小，并且旅游景区大多具有有形的边界标志，其空间范围具有可感知的特点。而旅游区则相对规模较大、面积也较大，可以位于一个行政区之内，也可以跨越行政区划的限制，并且往往缺乏有形的边界。

因此，旅游区的概念较旅游景区要抽象和宽泛。

其次，从规划的空间尺度上来看，景区规划属于中小尺度规划，而旅游区规划则往往属于大尺度规划。

如旅游景区规划通常在概念设计的基础上将更多的精力集中于场所尺度、空间尺度以及细部尺度，注重局部结构优化、功能完善以及细节工程设计。

旅游区规划通常只深入到社区尺度和邻里尺度，较为注重区域主导功能的确立、主题形象设计以及区域产业发展战略等问题。

### (2) 旅游景区的概念。

尽管在官方制定的文件和标准中没有对旅游景区加以明确界定，我国部分学者还是提出了自己对旅游景区概念的看法。

如明庆忠指出，旅游景区系指由多个相对独立的旅游景点组合而成的较大的、相对独立的地域单元。

周彬认为旅游景区是从事商业性经营的供游客参观、游览和娱乐的接待场所。

此外，国内还有一些学者认为旅游景区指旅游资源特色相似、旅游点线联系紧密、旅游设施相互配套的连片区域；以及旅游景区是以满足人们观光、休闲、娱乐、科考、探险等多层次精神需求的、自然的、人文的或人造主题性的旅游资源集合的特定小空间尺度区域。

通过上面与旅游区的比较可知，本书所指的景区是小尺度空间概念，具有明确的地域边界。

因此，从旅游景区规划的角度可以将旅游景区界定为：由一系列相对独立的景点组成，从事商业性经营，满足旅游者观光、休闲、娱乐、科考、探险等多层次精神需求，具有明确地域边界，相对独立的小尺度空间旅游地。

2. 旅游景区的特征旅游景区的特征可以简单地归纳如下：(1) 资源密集性。

这里的资源不单指旅游资源，实际上，旅游景区是各种资源集聚的场所，如自然资源、旅游资源、资金资源、智力资源、人力资源等。

从景区的规划、建设到管理，无不需上述资源的配合，如景区的发展要以自然资源和旅游资源为基础，景区的规划创新和建设发展需要智力资源和资金资源的支持，而景区的经营和管理又离不开优秀的人力资源。

可见，现代的旅游景区已经不再是以旅游资源作为基础的单一资源密集型主体，而是由旅游资源、资金、技术、劳动力等多种资源综合集结而成。

## 后记

本书由湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授与澳门科技大学助理教授李玺博士共同撰写而成。在近5年的选题和成稿的过程中，几易其稿，历经了种种艰辛。

在即将付梓之际，我们借此机会向自始至终关心和支持本书出版的中国旅游出版社付蓉编辑表示衷心的感谢。

本书在写作过程中，还得到了国家旅游局规划财务司潘肖澎副处长和国内部分旅游院校教授的鼎力支持，他们所提供的宝贵建议和丰富的国内外资讯为本书增色不少，在此对他们的帮助一并表示感谢。本书是笔者二十多年从事精品旅游景区规划与项目设计实践工作的经验总结，同时也借鉴和吸

## <<旅游景区规划与项目设计>>

### 编辑推荐

2007年中国国家旅游局更评选出了首批66家5A级旅游景区，《旅游景区规划与项目设计》等一系列教材的出版共同加速了中国旅游景区向精品化迈进的步伐。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>