

## 区域旅游规划

### “全域旅游” 规划实践与思考

文/汤少忠 上海奇创旅游产业发展咨询中心 点击量: 6226

#### 一、从“全域旅游”发展态势回顾七年规划历程

据笔者不完全统计，截止2014年底，全国已有20个省市90多个区县市提出“全域旅游”发展计划，其中浙江、山东、福建等省启动了全域旅游改革试点。为何越来越多的县市热衷于全域旅游概念；这么多的县市提出全域旅游概念，是不是都适合；什么样的县市又适合全域旅游发展战略，并付诸实施；诸如此类问题引起了笔者再次对全域旅游的深深思考。

笔者最早接触全域旅游概念是2008年绍兴提出“全城旅游”发展战略，从网上和相关文献查找这是国内最早有关“全域旅游”的提法。这个概念的提出后迅速开始落实，通过招标的方式编制《绍兴全城旅游区总体规划》，笔者所在的上海奇创旅游规划咨询机构中标，笔者有幸参与其中并将“全城旅游”从构想到落实到系统规划，推动5A级景区的创建。2009年笔者主持编制《昆山市旅游发展总体规划》，规划过程中提出“全域旅游 全景昆山”的概念，并从产业与产品融合创新、旅游线路组织等角度进行推进，笔者对全域旅游的概念有了进一步的理解与认识。2013年笔者主持编制《重庆渝中区全域旅游规划》，首次提出“四全”（全景、全时、全业、全民）的全域化发展思路，并贯穿规划的全过程。2014年笔者主持编制《成都市温江区全域旅游发展总体规划》，在“四全”的基础上又增加了“三化”（产品全域化、服务全域化、环境全域化）。从绍兴到昆山，再到重庆渝中区、成都温江区，这些规划对笔者认识全域旅游、思考全域旅游、规划全域旅游，起到直接的推动作用。

#### 二、从规划实践看“全域旅游规划”与“传统旅游规划”的区别

在编制全域旅游规划过程中，有些专家提出全域旅游规划不是法定规划，应该在法定规划的基础上以全域旅游的理念去做传统规划。是在传统规划的框架基础上，针对旅游发展面临的新变化、新问题、新趋势进行系统创新，概况起来有以下五大创新。

### 1、创新体制观

全域旅游概念中，旅游的发展不是孤军奋战，而是在融合中共同发展。因此全域旅游发展的体制机制设计比传统旅游发展的体制设计要求更高，通过体制机制的创新改革设计，理顺旅游部门与其他相关部门的关系，突破限制新时代旅游发展的障碍，推动旅游业的跨越式发展。

### 2、创新产品观

全域旅游产品，不单是传统旅游“走点”、“串线”的“点线”观光旅游模式，在此基础上要构建满足游客不去景点景区的“基营”休闲度假模式。这一模式早年笔者在参与做海南三亚市旅游发展总体规划中对国际游客的产品需求就感同身受。随着国内游客的见识越来越广、休闲舒适性要求越来越高，旅游目的地产品势必要进行创新。

### 3、创新产业观

全域旅游中的产业不在局限在传统的“六要素”产业，强调全业的旅游化融合，旅游化升级，通过旅游发展产业化，产业发展旅游化，丰富旅游产品，壮大旅游产业规模，同时又促进相关产业链条的拉长和产业的升级增值。在《成都市温江区全域旅游发展总体规划》中，笔者将旅游产业划分核心产业、相关产业、延伸产业和外围产业，整体构建“1+5+6+N”的全业旅游发展体系，充分发挥旅游业在产业转型升级发展中的作用。

### 4、创新服务观

全域旅游服务，在服务的规模、服务的氛围、服务的品质等方面都有胜于传统旅游。它突破了传统旅游区和非旅游区的二元服务结构，构建全域一体化的服务体系。因此，实施全域旅游发展战略的旅游地，都有必要进行旅游公共服务体系规划，以完善提升全域旅游服务氛围与服务品质，提升全域旅游地的软实力。

### 5、创新营销观

全域旅游营销，不在是政府、企业单方面的营销推广，而是政府、企业、居民、游客“四位一体”的全民营销。在全民“营”“销”中又更加强调是旅游目的地地的“营”造，政府与企业全域化旅游产品及服务建设、居民热情好客的参与等构成了游客口碑互动宣传的基础。因此，全域旅游的营销，不仅从客源地（外部营销）的角度考虑宣传什么，而且还要从旅游目的地（内部营销）的角度考虑建设什么。

## 三、全域旅游“概念热”的背后问题再思考

笔者对全国90多个提出全域旅游（包括县域大景区）发展战略的区县市进行分类发现，主要有四大类，一是经济综合实力较强的县市，如江苏昆山市、浙江义乌市，主要是为了进一步推动区域旅游发展，促进产业转型升级；二是传统旅游资源不突出且处于大都市辐射圈的区县，如浙江安吉县、成都温江区，面向大都市泛旅游休闲新需求，通过全域旅游（县域大景区），整体重构自身特色，推动区域旅游的进一步开发；三是行政区域范围较小的区县，如重庆渝中区，主要是为了突破空间发展局限，整体打造旅游品牌；四是旅游资源全域分布比较均质的区县，如河南栾川县，皆在整合全域旅游资源，构建旅游目的地。

通过对全国全域旅游发展区市县进行分类分析，全域旅游发展不可一概而论，不同类型的区县有其不同的目的和侧重点，在制定其发展规划和实施抓手上均应基于这种背景。

上一条: 全域乡村的整合创新之路 ——以上海市廊下镇为例

下一条: 全域旅游时代下旅游目的地品牌思维打造新黄山

---

请输入验证码



提交

暂时没有相关评论!

**KCHANCE 奇创**  
旅游规划设计咨询机构



上海市景域大道88号驴妈妈科技园

邮编: 201803

Tel: (86) 021 6056 1656 / 6056 1658

Fax: (86) 021 6262 8070

Lvmama Technology Park, No.88 Jingyu Rd.,  
Shanghai

Business Line: (86) 400 110 1

Website: [www.kchance.com](http://www.kchance.com)

留言板



机构法律顾问：上海元照律师事务所 | 沪ICP备13011172号-6

Copyright 2016 KCHANCE.COM 旅游策划 | 奇创旅游规划设计咨询机构 版权所有

上海工商  

