



高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

旅游景区服务与管理

Luyou Jingqu Fuwu yu Guanli

(第二版)

姜若愚 主编 李鹏 副主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press





新概念教材

高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

旅游景区服务与管理

Luyou Jingqu Fuwu yu Guanli

(第二版)

姜若愚 主编 李鹏 副主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



大连

© 姜若愚 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区服务与管理 / 姜若愚主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 8

(高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 464 - 1

I. 旅… II. 姜… III. ①旅游点 - 商业服务 - 高等学校: 技术学校 - 教材 ②旅游点 - 经济管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 118806 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连北方博信印刷包装有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 607 千字

印张: 20 1/4

2008 年 8 月第 2 版

2008 年 8 月第 4 次印刷

责任编辑: 许景行 吴 茜

责任校对: 田平真

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 464 - 1

定价: 33.00 元

编写委员会

顾 问
杜 江

主任委员
刘 住

副主任委员
谢彦君 许景行

委员（以下按姓氏笔画排列）
马 勇 孙子文 吕建中 杨哲昆
郑旭华 周振东 党金学 梁 智

总 序

如今，中国的旅游管理教育已经走过了 20 年的历程。20 年，对于人生而言，可以说已经走近成熟了，然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能够孕育学科的胚芽。万幸的是，这 20 年不同于历史进程中的一般 20 年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩展，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快。所以，虽然只有 20 年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化与发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业把中等职业教育作为起点，并设有高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，一方面展示了旅游管理教育发展的历程和成果，另一方面也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题，其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就显得尤其突出了。

我国改革开放后得以重建的高等教育体系向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的 relationship 问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科教育与本科、研究生教育的层次和定位问题。20 多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所作出的定位努力没有得到应有的效果。相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成了人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

正是由于存在着这种带有普遍性的问题以及解决这种问题的动力，我国高等教育近年来的改革在这方面才有了比较大的突破：高等普通专科教育向高等职业教育转轨。这种转轨使高等职业教育在一定程度上提高了层次，引起了社会各方面的重视，从而使高等职业教育成为高等教育体系中的重要类型。高等职业教育的登堂入室，创造了一种有效的社会氛围，反过来也促使普通专科教育不得不重新审视自己所一贯坚持的教育思想和教学模式，正视自己所面临的问题，并抓住历史的机遇。换言之，普通专科改弦更张的内力和外力都已经具备了。这种转型，是一种全方位的转换，而不是局部的调整。它涉及培养目标的重新定位、教学模式的重新选择和教学条件的有效变更。从培养目标上看，高等职业教育将更加突出人才规格的专业技能性和岗位指向性；从教学模式上看，要着力体现专业设置的职业性、教学内容的实用性和教学过程的养成性；而从教学条件上看，则必须实现教学主体的双元化（即产业部门和教育部门的有效合作）、教师队伍的“双师身份”，并拥有完备的实训手段。只有在以上几个层面实现全面转型，高等职

业教育才能培养出合格的人才。在这方面,德国的双元制教学模式、加拿大的以能力培养为中心的 CBE 教学模式、澳大利亚的 TAFE 职业教育模式以及国际劳工组织的 MES (职业技能模块组合) 教学模式,都有值得我们借鉴的东西。

然而,比较发达国家的高等职业教育实践,我国的高等职业教育近年来并没有完全摆脱传统的学科教育模式的束缚,有的专业领域的高等职业教育与原来的普通专科教育相比,可谓换汤不换药。目前的旅游管理专业高等教育在很大程度上就是这样一种情况。中国在旅游管理专业实行高等教育是在全国职业教育工作会议召开后,与其他一些专业同时步入职业教育领域的。由于中国旅游管理专业的普通高等教育 20 年来所追寻的教育模式也一直是学科教育的模式,由于人们对旅游管理高等职业教育的性质认识不清,由于整个社会还不能建立起对旅游高等教育的有效支持机制,由于转型后的普通专科院校在实施职业教育时缺乏相应的软件和硬件条件,甚至由于一部分高等职业教育机构的办学动机错位等原因,脱胎于这种背景的职业教育,就自然难以脱离学科教育的定式,难免出现教育的低效率状况。其结果是导致这样一种局面:当前的旅游管理专业的高等职业教育不过是由一些“新生的”或“转型的”教育机构承办的传统的学科教育的翻版。这种翻版在教师的知识背景、教学设计的结构安排、教材的选择和使用以及实验室建设等方面都有所体现。这种教育模式的后果,不仅仅是教育资源的浪费和学生受教育机会的丧失,而且也是旅游产业发展机会的丧失。

解决这个问题,实际上是一个系统性的工程,非一朝一夕之功所能奏效。高等职业教育思想的改变,教师的培养,尤其是全社会的职业教育体制和机制的培育和完善,都需要一个过程。但是,这里也有可以马上做的工作,那就是教材的建设。

教材是教育实施过程的重要载体之一。尽管教材建设也同样需要有成果的积累,但在一定情况下,教材建设的先进性、前瞻性和科学性是可以实现的。尤其是第二次世界大战以后发达国家在旅游教育领域所积累的经验,如职业教育和普通学科教育间的差别以及实现这种差别教育的制度性建设,在职业教育领域已经取得的多方面成果,在职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面形成的认识,在教材建设中所探索出的先进经验等等,这些都可以成为今天我国旅游职业高等教育发展的基本参照和经验宝库。东北财经大学出版社现在推出的这套旅游与饭店管理专业高职高专教材,正是在这种认识和思想主导下完成的一个大动作。这套教材的问世,其意义将不仅仅局限在高职教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对旅游管理与饭店专业高职教育的健康发展产生积极的推动作用。

推出的这套“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”,是在原“高等专科旅游管理专业系列教材”的基础上改版形成的。原专科教材由于定位准确、风格明显、作者队伍精干,已得到全国各大专院校的普遍认可。而为了适应蓬勃兴起的高等职业教育的需要,改版教材无论是在指导思想上还是在内容的组织上,又都作了彻底的调整。这套改版教材的编写,充分体现了全体编者对旅游与饭店管理高等教育规律和特征的认识,对旅游与饭店管理专业高等职业教育的规格、层次、教育对象的特点的把握,对职业教育与普通学科教育的区别的理解,以及对发达国家职业教育的借鉴。同时,这套教材也体现了我国高校教师在感受 20 世纪 90 年代世界范围内兴起的以满足旅游者个性化需求为导向的“新旅游”这一时代脉搏之后所作出的积极反应,从而使这套教材有了更超前的视野。这种独特而新颖的教材编写思路,最终还通过在教材形式建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现,使这套教材成为一种能打破传统学科教学模式、适合

高职教育的目标和学生的特点，同时反映教材编写样式之世界潮流的全新的“换代型”教材。凡此种种，都足以说明这是一套有特殊贡献的高质量教材。坦率地说，这套教材的问世，应该是目前旅游与饭店管理专业高等职业教育领域的一件幸事。

本“新系”作为中国高等职业教育教材改革与创新的阶段性成果，不可避免地有其局限性，恳请广大专家、教师和读者们提出宝贵意见，以便通过修订，使之不断完善。

“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”

编写委员会

第二版前言

旅游景区作为旅游业的支柱，近年来受到了前所未有的关注。景区发展也很快，景区规模、运作模式、投资方式等方面都出现了许多新的特点。这种变化一方面反映在景区开发、运营管理及服务模式的改变上，另一方面也反映在相关的研究进展上。

2003年由本人主编的《旅游景区服务与管理》一书出版以后，被全国各地许多高职高专等高校相关专业采用作为教材，获得了一定的好评。同时，也有许多专家和学者就教材的内容和安排都提出了不少建设性的意见。现在，东北财经大学出版社提出重新编写该书，因为客观实际和理论研究都发生了很大的变化，利用重新编写的机会，可以较好地弥补原书的不足之处，以便能够更好地反映旅游业和旅游景区的发展，也更能使之适合作为高职高专的教材和旅游景区管理及服务人员的培训教材。

已有相关教材从景区管理和景区服务两个方面进行阐述，但是很少就两者的关系进行论述，并按两者的逻辑关系建立教材的框架。本书从景区管理和景区服务的关系以及两者在景区发展中所起的作用入手，确定了本书的整体框架。本书的内容主要包括景区基础知识、景区服务、景区管理三大部分，共十四章。第一部分主要讲述景区的相关知识，以及景区管理与景区服务的相互关系。第二部分主要讲述与景区有关的各种服务，包括解说、接待、娱乐、购物、辅助等服务。第三部分主要讲述景区管理中主要的几个方面，包括营销、财务、人力资源、设施设备、标准化等管理。对于社区管理和安全管理这些近年来景区突出面临的新问题，本书结合作者集体的实践工作经验及研究成果进行论述，期待能够有所突破。

本书得以出版，是集体共同努力的结果。本书由姜若愚主编，李鹏副主编。姜若愚、李鹏负责设计全书整体框架、写作大纲和组织编写与最后统稿。各章的写作具体分工如下：姜若愚编写第1章；冯春燕编写第2章、第5章和第9章；刘建峰编写第3章、第4章和第6章；徐广辉编写第7章、第8章及大型案例；张一群编写第10章、第11章；李鹏编写第12章、第13章、第14章。在编写的过程中，丛宁、郑彪、刘相军参加了部分章节的编写工作和艰苦的资料收集整理、参考文献整理、文字校对等工作。

应该说，没有前人的研究成果和教材基础，就没有今天本书的出版。为此，我们要对各位相关作者表示最真诚的感谢。特别感谢东北财经大学出版社2003年版《旅游景区服务与管理》原书的各位作者。

同时，本书的编写得到了云南大学工商管理及旅游管理学院杨桂华教授的悉心指导和热情支持，在此深表感谢。对东北财经大学出版社的许景行教授为本书的出版付出的辛勤劳动，我们特表示诚挚的谢意。

由于我们的水平有限，不妥之处在所难免，希望各位专家和读者不吝赐教。

姜若愚
2008年1月于昆明

第一版前言

现代旅游业发展较快，已成为最具活力的产业。随着旅游业全球化、标准化的深入，旅游景区迎来了一个前所未有的发展机遇，作为旅游业重要组成部分的旅游景区，急需大批高素质，具有现代服务意识、服务技能，具备景区管理能力的实用型专业人才。

旅游景区是综合性的服务系统，实践性强，对人员素质要求高。而从目前情况看，旅游景区更重视资源的开发利用，服务与管理没有引起足够重视，景区从业人员素质普遍较低，专业化、职业化、综合性人才缺乏，很难满足旅游业发展对景区的要求。

从人才培养教育来看，旅游景区专业化、职业化培训教育起步较晚，尚未形成一整套完整的教育模式，景区高等职业教育更是一个空白。本书引入了大量旅游景区服务与管理的实践经验，结合旅游业的相关要求，从全新的角度，系统地介绍了旅游景区的服务要求及管理方法，为旅游景区高等职业教育提供了一本教材，同时也为旅游业从业者、旅游业教育者参与旅游景区教学、培训提供了一个参考。

本书注重能力的培养，以国家旅游景区服务质量标准为依据，参考大量景区服务与管理实践，做到了理论与实际的良好结合，有一定的前瞻性和先进性。此外，在体系上进行了大胆尝试，考虑到职业教育的特点，书中引用了大量案例进行实践性教学，避免了以往教材重理论、偏实际的做法，提供了一种实在的职业帮助。

本书在体系上分为两大块，即旅游景区服务和旅游景区管理，并附录了国家旅游局制定的旅游景区服务质量标准。全书共分9章：第1章“旅游景区概述”，全面介绍旅游景区相关概念及景区发展历史；第2章“旅游景区管理”，概括介绍旅游管理方法、管理原理，包括旅游景区计划管理、组织管理、质量管理、沟通管理和协调管理；第3章“旅游景区旅游资源管理”，讲述旅游景区资源的特点、分类、评价及景区资源的保护开发及管理；第4章“旅游景区人力资源管理”，具体讲述景区员工招聘、培训、员工工作评估及景区员工的奖罚办法；第5章“旅游景区设施管理”，讲解景区设施设备的分类和要求，讲述旅游景区设施设备的 management 方法及设备的更新改造；第6章“旅游景区市场营销”，主要讲述旅游景区市场、产品开发、价格、销售渠道、销售促进等内容；第7章“旅游景区服务要求”，重点介绍旅游景区服务内容、服务要求及服务质量管理；第8章“旅游景区部门管理”，讲述景区部门管理原理、部门管理技巧及旅游景区各部门管理方法；第9章“旅游景区财务管理”，介绍旅游景区筹资、投资、资产、成本费用、利润的管理，简要说明旅游景区财务管理的意义和方法。

本书由姜若愚主编，刘晓波、罗映元参编。其中，第1、2、5章由姜若愚编写；第3、4、6章由刘晓波编写；第7、8、9章由罗映元编写。由于编写时间短，旅游景区发展变化较快，许多问题考虑仍不成熟，书中错误在所难免，望广大读者及教材使用者多

提宝贵意见，以便修订再版时进行更正。

编者
2003年9月

目 录

| | |
|---------------------------|----|
| 第1章 概论 | 1 |
| □ 学习目标 | 1 |
| 1.1 旅游景区概述 | 3 |
| 1.2 旅游景区管理 | 7 |
| 1.3 旅游景区服务 | 10 |
| 1.4 旅游景区管理与服务的关系 | 12 |
| 1.5 本书的逻辑框架 | 13 |
| □ 本章小结 | 14 |
| □ 主要概念与观念 | 14 |
| □ 基本训练 | 14 |
| □ 观念应用 | 15 |
| 第2章 旅游景区接待服务 | 17 |
| □ 学习目标 | 17 |
| 2.1 旅游景区接待服务概述 | 18 |
| 2.2 旅游景区入门接待服务 | 21 |
| 2.3 游客投诉与抱怨受理服务 | 29 |
| □ 本章小结 | 36 |
| □ 主要概念与观念 | 36 |
| □ 基本训练 | 36 |
| □ 观念应用 | 37 |
| 第3章 旅游解说服务 | 39 |
| □ 学习目标 | 39 |
| 3.1 旅游解说服务概述 | 40 |
| 3.2 旅游解说服务规划 | 45 |
| 3.3 导游解说服务 | 49 |
| 3.4 自助式解说服务 | 54 |
| □ 本章小结 | 61 |
| □ 主要概念与观念 | 61 |

| | |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 61 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 62 |
| 第4章 旅游景区娱乐服务 | 65 |
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 65 |
| 4.1 旅游景区娱乐服务概述 | 66 |
| 4.2 旅游景区娱乐服务策划 | 70 |
| 4.3 旅游景区娱乐服务运作 | 75 |
| 4.4 旅游景区娱乐服务管理 | 77 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 79 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 79 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 80 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 80 |
| 第5章 旅游景区购物服务 | 84 |
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 84 |
| 5.1 旅游景区购物商品概述 | 85 |
| 5.2 旅游景区购物商品销售 | 91 |
| 5.3 旅游景区购物服务策略 | 95 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 100 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 100 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 100 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 101 |
| 第6章 旅游景区辅助服务 | 104 |
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 104 |
| 6.1 旅游景区交通服务 | 105 |
| 6.2 旅游景区餐饮服务 | 110 |
| 6.3 旅游景区住宿服务 | 115 |
| 6.4 旅游景区其他辅助服务 | 117 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 119 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 119 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 119 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 120 |
| 第7章 旅游景区营销管理 | 122 |
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 122 |
| 7.1 旅游景区营销环境 | 124 |
| 7.2 旅游景区市场调查与预测 | 126 |

| | |
|-------------------------|-----|
| 7.3 旅游景区市场细分、定位 | 131 |
| 7.4 旅游景区新产品开发 | 133 |
| 7.5 旅游景区营销渠道及促销策略 | 135 |
| 7.6 旅游景区营销创新 | 137 |
| □ 本章小结 | 140 |
| □ 主要概念与观念 | 141 |
| □ 基本训练 | 141 |
| □ 观念应用 | 142 |

第 8 章 旅游景区人力资源管理

| | |
|----------------------|-----|
| □ 学习目标 | 143 |
| 8.1 旅游景区人力资源配置 | 145 |
| 8.2 旅游景区人力资源开发 | 148 |
| 8.3 旅游景区人力资源考核 | 154 |
| 8.4 旅游景区人力资源激励 | 157 |
| □ 本章小结 | 161 |
| □ 主要概念与观念 | 161 |
| □ 基本训练 | 161 |
| □ 观念应用 | 162 |

第 9 章 旅游景区财务管理

| | |
|-----------------------|-----|
| □ 学习目标 | 164 |
| 9.1 旅游景区财务管理概述 | 166 |
| 9.2 旅游景区筹资和投资管理 | 168 |
| 9.3 旅游景区资产管理 | 172 |
| 9.4 旅游景区成本费用管理 | 177 |
| 9.5 旅游景区收入和利润管理 | 180 |
| 9.6 旅游景区财务分析 | 183 |
| □ 本章小结 | 186 |
| □ 主要概念与观念 | 186 |
| □ 基本训练 | 187 |
| □ 观念应用 | 188 |

第 10 章 旅游景区设施设备管理

| | |
|-------------------------|-----|
| □ 学习目标 | 189 |
| 10.1 旅游景区设施设备管理概述 | 190 |
| 10.2 旅游景区设施的类型及要求 | 192 |
| 10.3 景区设施设备的全过程管理 | 199 |
| □ 本章小结 | 205 |
| □ 主要概念与观念 | 205 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 205 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 206 |

第 11 章 旅游景区安全管理

| | |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 208 |
| 11.1 旅游景区安全管理概述 | 209 |
| 11.2 旅游景区安全事故的表现形态及类型 | 212 |
| 11.3 旅游景区安全的控制与管理 | 218 |
| 11.4 旅游景区常见安全事故的处理 | 229 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 232 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 232 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 232 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 233 |

第 12 章 旅游景区资源与环境管理

| | |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 235 |
| 12.1 概述 | 236 |
| 12.2 旅游景区资源开发管理 | 241 |
| 12.3 旅游景区资源保护管理 | 243 |
| 12.4 旅游景区环境质量管理 | 245 |
| 12.5 旅游景区环境卫生管理 | 249 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 254 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 255 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 255 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 256 |

第 13 章 旅游社区管理

| | |
|--|-----|
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 257 |
| 13.1 旅游社区管理概述 | 258 |
| 13.2 旅游社区管理主体 | 261 |
| 13.3 旅游社区管理内容 | 266 |
| 13.4 旅游社区管理方式 | 270 |
| <input type="checkbox"/> 本章小结 | 272 |
| <input type="checkbox"/> 主要概念与观念 | 272 |
| <input type="checkbox"/> 基本训练 | 272 |
| <input type="checkbox"/> 观念应用 | 273 |

第 14 章 旅游景区的标准化

| | |
|-------------------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 学习目标 | 275 |
|-------------------------------------|-----|

| | |
|------------------------|-----|
| 14.1 景区标准化管理概况 | 276 |
| 14.2 景区管理的国际标准体系 | 280 |
| 14.3 我国的景区标准化管理 | 290 |
| □ 本章小结 | 293 |
| □ 主要概念与观念 | 294 |
| □ 基本训练 | 294 |
| □ 观念应用 | 295 |
| 综合案例 | 296 |
| 主要参考文献 | 302 |

学习目标

通过本章学习，应该达到以下目标：

知识目标：掌握旅游景区的定义、要点、分类及特征；掌握旅游景区服务的概念及要素；理解旅游景区管理与景区服务的关系；了解本书的内容构建思路。

技能目标：能够运用旅游景区的基本知识，对各种旅游景区进行区分。对一个景区内的管理职能和服务进行区分。

能力目标：能够依据本章所介绍的知识，对不同类型景区的管理特点和服务进行比较分析，并能动态分析旅游景区出现的新特点和发展趋势。



引例

中国旅游景区发展趋势

旅游景区逐渐成为中国旅游业的主体，其发展现状和发展趋势对于中国旅游产业的发展具有越来越重要的影响。

1. 旅游景区数量增加，占据旅游产业半壁江山

截止到2006年1月，中国大陆已有各类旅游景区约2.8万个，其中，A级旅游景区1401个，国家重点风景名胜区187个，国家自然保护区154个，国家森林公园565个，国家地质公园105个，工农业旅游示范点306个，列入《世界遗产名录》的自然文化遗产31个。同时，中国大陆目前有星级酒店约1.2万家，旅行社约1.6万家，从数量上讲，旅游景区已经占据旅游业的半壁江山。

2. 旅游景区投资将超过酒店投资，成为旅游业内最大的投资领域

中国旅游产业规模如下：2006年总投资为27703亿元人民币，其中直接投资为4768亿元人民币，资本投资达到10580亿元人民币，占总投资的9.9%，到2016年总投资将增加到33294亿元人民币（WTTC数据提供）。其中，旅游景区总量从2003年占投资总量的12%发展到2005年的25%~28%，到2006年超过了30%，旅游景区投资逐渐成为主要的投资领域。一些地区对旅游业投资的测算情况表明，实际旅游投资数额，如果包括为旅游配套的其他投入的话，比例会更大，预计在未来10年内景区投资将超过酒店投资，成为旅游业内最大的投资领域。

3. 旅游景区投资成为具有行业引导性的投资行为

以区域开发和产业经济开发为主要特征，以重点旅游景区景点的开发为龙头，带动旅游景区和其他旅游分支，如基础建设、交通、酒店、娱乐、餐饮等方面，成为近几年来中国大陆各地政府和大型旅游投资开发商主要采取的投资方式。