



主 编 傅云新
副主编 尹 兰 吴彬彬



旅游景区管理

The Management of Visitor Attractions



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

21世纪旅游专业系列规划教材

旅游景区管理

主 编 傅云新
副主编 尹 兰 吴彬彬

The Management of Visitor Attractions

 暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS
中国·广州



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区管理 / 傅云新主编. —广州: 暨南大学出版社, 2010. 10
(21 世纪旅游专业系列规划教材)
ISBN 978 - 7 - 81135 - 650 - 2

I. ①旅… II. ①傅… III. ①旅游点—经济管理 IV. ①F590. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 181182 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15.25

字 数: 368 千

版 次: 2010 年 10 月第 1 版

印 次: 2010 年 10 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

21 世纪旅游专业系列规划教材编委会名单

学术顾问：(按姓氏笔画排列)

张永安 傅汉章

主 编：梁明珠

编 委：(按姓氏笔画排列)

王 华 文 吉 文 彤 刘 益 汪会玲

胡欣悦 郭淳凡 黄 向 梁彦明 傅云新

温碧燕 蒲 阳 廖卫华

总 序

“21 世纪旅游专业系列规划教材”正在暨南大学管理学院旅游管理系广大教师的共同努力下逐步推出。这是作为国家特色专业、广东省名牌专业以及省级重点学科建设的重要成果之一，也是暨南大学旅游管理专业开办二十多年来，由本科、硕士到博士点发展历程及专业积淀的展示。

旅游活动是当今世界参与人数最多、规模最大的社会活动之一，旅游业也是世界最大的产业之一。自 20 世纪 70 年代末以来，中国旅游业快速增长，在 20 多年的时间里，我国实现了从旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越，今后还将由世界旅游大国向世界旅游强国迈进。在旅游业快速增长的同时，我国旅游教育和旅游科研蓬勃开展。截至 2007 年年底，全国共有高、中等旅游院校 1 641 所，其中高等院校 770 所。在校生达 70 多万人，其中旅游高等院校里的学生近 40 万人。中国旅游教育方兴未艾，源源不断地为旅游业输送着大批专业人才。

旅游教育的发展壮大需要教材建设的支持。我国旅游教育界在过去的 20 年间出版了多套专业教材，为旅游学科发展奠定了基础，为旅游教育作出了贡献。但随着旅游业的快速发展，旅游科研不断有新的突破，旅游教材必须吸收、反映这些成果，把最新的知识奉献给读者。面对旅游学科日新月异的大好局面，特别是最近几年形势的重大变化，我们处在高校旅游专业教学与科研第一线的教师既感到兴奋，同时也有要不断更新教学内容，补充新知识的压力。鉴于教材建设紧跟形势发展，反映旅游最新实践动态和最新研究成果的需要，我们组织了一批长期从事旅游专业相关课程教学和科研的教师编写了这套“21 世纪旅游专业系列规划教材”。

本套教材选题广泛，涵盖了旅游管理专业的各门课程，并且紧密结合国际、国内旅游活动，旅游业和旅游科研发展的实际，从较高的理论起点阐述了现代旅游管理和经营的一般规律，总结学科、行业、产业的经验教训，以最新的实际材料和旅游研究成果展现旅游学科体系的理论知识和实践技巧。在编写风格上，我们参阅和借鉴了国内外旅游学科及其他学科教材的经验，力图使本套教材呈现出理论全面、知识丰富、结构合理、形式活泼、内容科学及文字生动的特色。这套教材既可供高校旅游管理专业教学使用，亦可作为高等职业教育、自学考试以及旅游行业中、高级管理人员的培训教材。

旅游学是一门发展中的学科，丰富的理论内涵和综合的知识结构，飞速发展的社会实践，均需要进行不断深入研究和精心归纳。我们希望通过这套教材的出版，能与同仁共同推进与提高旅游教材的编写水平，为中国旅游教育贡献绵薄之力。

21 世纪旅游专业系列规划教材编委会

2008 年 10 月

前言

旅游景区是旅游者产生旅游动机的吸引因素所在,也是展示旅游目的地形象的重要窗口,在旅游业中处于支柱地位,其经济意义和社会作用日益显现。我国正在从旅游大国向旅游强国迈进,旅游景区的开发建设、管理和保护得到了广泛重视,出现了一大批高品位、高水平的旅游景区。旅游景区管理离不开高素质人才,而高素质人才的培养有赖于旅游教育和旅游研究的发展,需要科学而规范的教材建设。旅游景区管理与旅游饭店管理、旅行社管理一样,属于旅游管理专业的核心课程。编撰教材是高校教师的重要工作,国内外学者已经作出了不懈努力,出版了多种版本的教材。旅游业实践在快速发展,高校教学体系的改革也在逐步深化,更新教材的工作也应不断推进,基于这一点,我们承担了本教材的编撰工作。

编撰本教材,首先要把握教学内容整合的理论基础,明确旅游景区管理的专业定位、课程教学目标,然后选定恰当的视角,对这门课程进行教学内容的构建。相对于饭店管理、旅行社管理,旅游景区管理的理论还不完善,在高校课程设置中,这门课最不统一,相关的教材也各有偏重。我们试图把千差万别的旅游景区当作一个统一的对象,借鉴前人研究的经验和成果并结合教学实践编撰这本教材。

在具体工作中,我们思考了以下几个具体问题:

第一,关于管理层次的问题。旅游景区管理涉及行业管理和企业管理的层次,本书选择企业管理角度进行阐述。当然,旅游景区企业管理和行业管理不能分离,对此,书中也有所阐述。至于旅游景区管理的产品层次,本书认为应该是旅游景区企业管理之下的层次,其内容包含在旅游景区企业管理的相关要素之中。

第二,关于书名问题。高校相关的教材有旅游景区管理、旅游区管理、景区经营管理、风景区经营与管理、旅游景区开发(规划)与管理、旅游风景区管理、景区运营管理等,它们阐述的内容虽然各有偏重,但知识结构框架大体相似,可以认为它们的目标是相同的。我们用什么书名确实斟酌了一番。本书最后选定“旅游景区管理”作为书名,一是与国家标准定义用词“旅游景区”一致;二是考虑到旅游景区本身是一级“单位”,它的管理当然是经营管理,且书中包括了旅游景区建设管理,也部分涉及了行业管理的内容,很显然“超出”了经营管理范畴。

第三,关于内容选取的问题。实际上,旅游景区所涵盖的对象差别很大,旅游风景区、旅游度假区、主题公园、自然保护区、森林公园、风景名胜区的名称、设置目标、包含内容都不一样,确实难以用一个统一的模式。这一方面给我们提供了广阔的研究空间,另一方面也给教学带来了相当大的压力。如何在有限的授课时间内把千差万别的旅游景区介绍清楚考验着教师的智慧,如何在有限的篇幅里把内容丰富的旅游景区管理理清条理也在考验着编者的能力。本书在内容编排上,首先概述旅游景区和旅游景区管理的知识框架,接着阐述旅游景区开发建设管理,然后介绍战略管理、组织机构和管理体制、人力



资源管理等旅游景区管理“支持平台”的内容,后面用多章篇幅阐述环境和卫生管理、设施设备管理、景区安全管理、节庆与演艺活动管理、景区形象与营销管理、景区质量管理、财务管理等经营管理功能要素。

第四,关于特色的问题。在教材具体编写过程中,我们根据课程教学的要求和管理实际的发展,注重对国内外新知识的引入,使教材内容具有科学性、完整性和前瞻性;注重理论联系实际,使教材体现对行业实践的针对性、实用性;在体系编排上,每章的开头设置了学习目标、学习要点,后面设置了本章小结、拓展阅读、思考与练习,注重规范性、新颖性和系统性。

本书是集体劳动的成果,由傅云新负责统一规划并统稿,各章节的编写者分别是:第一章傅云新、曾荣,第二章杜轶凤、许雪花,第三章尹兰、滕琳,第四章聂方园、滕琳,第五章王果,第六章尹兰,第七章房佳宁、曾荣,第八章房佳宁,第九章吴彬彬,第十章关芳芳,第十一章尹兰、许雪花、聂方园,第十二章吴彬彬、杜轶凤。

本书参考了国内外大量的相关教材及其他研究成果,书后列出了主要参考文献,在此对原作者表示衷心的感谢。鉴于编者的水平有限,书中难免有错误或不妥之处,敬请专家学者批评指正。

编 者

2010年9月于暨南大学

内容简介

本书基于管理学的理论，从旅游景区企业管理角度并结合旅游景区行业管理和旅游景区产品管理层次的知识，全面系统地阐述了旅游景区管理的基础理论和基本方法。首先，概述旅游景区和旅游景区管理，让读者对相关知识有一个框架性认识；其次，介绍旅游景区开发建设管理，这是旅游景区经营管理的前奏；再次，介绍有关旅游景区战略管理、旅游景区组织机构和管理体制、人力资源管理，由此构建经营管理支持平台；最后，阐述旅游景区有关经营管理功能要素内容，包括环境和卫生管理、设施设备管理、景区安全管理、节庆与演艺活动管理、景区形象与营销管理、景区质量管理、景区财务管理等内容。本书注重对国内外旅游景区管理新知识的甄别与吸收，重视理论联系实际，力图使之具有针对性和实用性，使其既可作为高等院校旅游专业的教科书及旅游景区管理的培训教材，亦可供旅游从业人员和社会读者阅读。

目 录

总 序 / 1

前 言 / 1

第一章 旅游景区管理概论 / 1

第一节 旅游景区 / 1

第二节 旅游景区管理 / 16

本章小结 / 23

拓展阅读 / 23

思考与练习 / 25

第二章 旅游景区开发建设管理 / 26

第一节 旅游景区开发建设思想和模式 / 26

第二节 旅游景区开发建设的程序 / 33

第三节 旅游景区开发的可行性研究 / 35

第四节 旅游景区开发规划 / 38

第五节 旅游景区开发建设的管理 / 40

本章小结 / 42

拓展阅读 / 42

思考与练习 / 44

第三章 旅游景区战略管理 / 45

第一节 旅游景区战略管理 / 45

第二节 旅游景区战略管理过程 / 47

本章小结 / 58

拓展阅读 / 58

思考与练习 / 59

第四章 旅游景区组织机构和管理体制 / 60

第一节 旅游景区的组织机构设置 / 60

第二节 旅游景区主要部门的管理 / 68

第三节 我国旅游景区的管理体制 / 74



- 本章小结 / 80
- 拓展阅读 / 80
- 思考与练习 / 81

第五章 旅游景区人力资源管理 / 82

- 第一节 旅游景区人力资源概述 / 82
- 第二节 旅游景区人力资源的招聘与培训 / 85
- 第三节 旅游景区人力资源的绩效考核 / 91
- 第四节 旅游景区人力资源管理的薪酬与激励 / 94
- 本章小结 / 97
- 拓展阅读 / 98
- 思考与练习 / 99

第六章 旅游景区环境和卫生管理 / 101

- 第一节 旅游景区环境和卫生管理 / 101
- 第二节 旅游景区环境和卫生管理的标准 / 107
- 第三节 旅游景区环境容量 / 113
- 本章小结 / 118
- 拓展阅读 / 118
- 思考与练习 / 119

第七章 旅游景区设施设备管理 / 120

- 第一节 旅游设施设备管理概述 / 120
- 第二节 旅游景区设施设备规划与实施 / 123
- 第三节 旅游景区设施设备维护、维修与更新 / 128
- 本章小结 / 132
- 拓展阅读 / 133
- 思考与练习 / 134

第八章 旅游景区安全管理 / 135

- 第一节 旅游景区安全管理的基本认识 / 135
- 第二节 游客行为安全管理 / 138
- 第三节 旅游灾害的预防与处理 / 144
- 第四节 旅游景区常见安全事故的预防与处理 / 148
- 本章小结 / 152
- 拓展阅读 / 153
- 思考与练习 / 154



第九章 旅游景区节庆与演艺活动管理 / 155

第一节 旅游景区节庆与演艺概述 / 155

第二节 旅游景区节庆与演艺活动的策划 / 161

第三节 旅游景区节庆与演艺活动的管理 / 165

本章小结 / 169

拓展阅读 / 170

思考与练习 / 172

第十章 旅游景区形象与营销管理 / 173

第一节 旅游景区形象管理 / 173

第二节 旅游景区营销管理 / 184

本章小结 / 194

拓展阅读 / 195

思考与练习 / 196

第十一章 旅游景区质量管理 / 198

第一节 旅游景区质量管理概述 / 198

第二节 旅游景区质量管理原则和体系建设 / 202

第三节 旅游景区质量标准化 / 207

本章小结 / 208

拓展阅读 / 208

思考与练习 / 209

第十二章 旅游景区财务管理 / 210

第一节 旅游景区财务管理概述 / 210

第二节 旅游景区资金管理 / 215

第三节 旅游景区成本费用管理 / 224

第四节 旅游景区营业收入、利润及利润分配管理 / 227

第五节 旅游景区财务分析 / 229

本章小结 / 232

拓展阅读 / 232

思考与练习 / 233

参考文献 / 234

第一章 旅游景区管理概论

【学习目的】

通过本章的学习，熟悉旅游景区的概念和旅游景区管理的基本内容与方法，掌握旅游景区的等级划分和类型划分，了解旅游景区的发展历史，对旅游景区和旅游景区管理有一个初步的认识。

【学习要点】

1. 旅游景区的概念
2. 旅游景区的特点
3. 旅游景区的等级与类型
4. 旅游景区管理的内容
5. 旅游景区管理的方法

【关键词】

旅游景区 旅游景区管理 旅游景区的等级 旅游景区的类型

旅游景区是旅游活动的主要场所，是整个旅游产业系统的核心，是区域旅游业发展的重要依托和动力之源，也是吸引和刺激旅游者出游的主要因素。运用现代管理理念对旅游景区实施科学管理，是保障旅游景区良性运营的基础。本章从介绍旅游景区的概念入手，概述旅游景区管理的基本理论与内容，以使读者对旅游景区和旅游景区管理有一个初步的认识。

第一节 旅游景区

一、旅游景区的概念

（一）关于“旅游景区”概念的表述

旅游景区（Visitor Attraction）是旅游业的重要组成部分，是旅游活动的主要载体和对象。但长期以来，人们对旅游景区概念的表述各不相同，有简称为“景区”（Attraction）的，亦有表述为“旅游区”的，对其中的部分区域表述为“旅游景点”、“景点”或“旅游点”。由于旅游景区的概念涵盖或交叉了世界遗产、风景名胜区、国家公园、森林公



园、自然保护区、地质公园、文博馆院、旅游度假区、风景区等概念，并且对这一对象的表述和理解存在差异，所以归纳出一个统一的定义并不容易，但实践需要我们对这一概念有一个明确的界定。

本书沿用“旅游景区”概念，一是尊重约定俗成的表述，方便理解；二是遵照中华人民共和国国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T 17775—2003）中的定义；三是强调其旅游功能，即旅游景区主要为旅游者服务；四是强调其效益功能，或是经营性的，或是公益性的。

（二）旅游景区的界定

关于旅游景区的定义，国内外学者有多种表述，在认识上存在一定的差异。

苏格兰旅游委员会定义：旅游景区是“一个长久性的游览目的地，其主要目的是让公众得到消遣的机会，做感兴趣的事情，或受到教育”。

英国学者 T. C. 密德尔敦（Middleton, 1988）所作的定义则强调旅游景区的功能和场所，他认为：旅游景区是一个指定的、长久性的、有专人经营管理的，为旅游者提供享受、消遣、游乐、受教育机会的地方。

约翰·斯沃布鲁克认为：旅游景区应该是一个独立的单位、一个专门的场所，或者是一个有明确界线的、范围不可太大的区域，交通便利，可以吸引大批的游人短期休闲游览，景区应是能够界定能够经营的实体。

史蒂文斯（Stevens, 1990）作了比较详细的概括，他认为：旅游景区应该是有特色活动的地点、场所或集中地，应该具备以下特点：①吸引旅游者和当地居民来访，并为此而经营；②为顾客提供获得轻松愉快经历的机会和消遣的方式，使他们度过闲暇时间；③尽量发掘其潜在需求，并满足这种潜在需求的开发；④按旅游需求进行管理，使顾客得以满足；⑤按游客的要求、需要和兴趣，提供相应水准的设施和服务；⑥可以是收费或免费的。

美国著名旅游学家 C. R. 戈尔德耐指出：对于一个综合性的景区，重要的是向旅游者提供观光、购物、娱乐、博彩、文化和康乐的机会。

美国学者 C. A. 冈恩认为：旅游景区可以是地球上任意一个独具特色的地方，这些地方的形成可能是自然力量的使然，也可以是人类活动的结果。

此外，美国学者沃尔什·赫伦给出了一个相当简短的定义：景区应该是具有特色活动的地点、场所或集中地。朱卓仁则认为：景区是因天气、风景、文化或活动而满足一个特定游客群的欲望和喜爱的区域。

我国学者对旅游景区也提出了许多定义，以下选取几个具有代表性的定义。

岳怀仁（1998）强调旅游景区的内容，他认为：旅游景区是指一定区域范围内，旅游资源、旅游服务设施和机构、旅游交通设施等相互作用而形成的旅游地域系统。

王德刚（2000）认为：旅游景区是指以旅游资源或一定的景观、娱乐设施为主体，开展参观游览、娱乐休闲、康体健身、科学考察、文化教育等活动和服务的一切场所和设施。在实践中，它们往往作为一个独立的事业或企业单位，从事经营和管理活动。

张凌云（2003）认为：旅游景区是可以进行管理的吸引旅游者出游的吸引物，包括各类有限定地域的、永久存在的各类景区及暂时性的各类节事庆典，但不包括大多数体育运动项目和购物场所。



彭德成(2003)认为:旅游景区是具有较为明确范围边界和一定空间尺度、设施或活动项目的场所。

禹贡、胡丽芳(2005)认为:旅游景区景点是由具有某种或多种价值、能够吸引游客前来观光、游览、休闲、度假的自然景物、人文景观以及能够满足游客需要的旅游设施构成的,具有明确的空间界线的多元环境空间和经营实体,这一实体可以通过对游客进出的管理和相关服务达到盈利或保护该环境空间的目的。

马勇(2006)认为:旅游景区是指由一系列相对独立景点组成,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,具有明确的地域边界,相对独立的小尺度空间旅游地。

杨桂华(2006)认为:旅游景区是指以其特有的旅游特色吸引旅游者前来,通过提供相应的旅游设施和服务,满足其观光游览、休闲娱乐、度假康体、科考探险、教育和特殊旅游的需求,有专门的旅游经营管理的旅游管理地域综合体。

董观志(2007)则从功能和空间角度对旅游景区进行了定义:景区是指具有满足旅游者需求的特定功能,空间边界明确的游乐活动场所。

1999年6月14日,我国发布了国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—1999)。之后,根据三年的实施情况,于2003年2月24日修订发布并于当年5月1日实施了《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准(GB/T 17775—2003),这是目前我国旅游景区管理的重要依据。

2003年修订的《旅游景区质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)将旅游景区定义为:“旅游景区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。本标准中旅游景区是指具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能,具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围。包括风景区、文博场馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景区。”并在之后对传统的“旅游景区”概念作了统一表述。

综合以上关于旅游景区的概念和定义,我们认为:旅游景区是指以旅游资源或一定的景观、设施为依托,开展参观游览、娱乐休闲、康体健身、科学考察、文化教育等活动和提供旅游服务的场所。它具有明确的法定范围,设有独立管理机构从事经营和管理活动。旅游景区业是旅游业的四大支柱之一,旅游景区有多种功能,但主要是供人们开展旅游活动,许多类型的旅游景区专为旅游服务。可以说,旅游景区(企业)基本上是完全意义上的旅游企业。

(三) 与旅游景区相关的概念

由于旅游景区的概念涵盖或交叉了世界遗产、风景名胜区、森林公园、自然保护区、地质公园、主题公园、旅游度假区等概念,且涵盖于旅游地之中,因此,有必要了解这些概念,明确有关概念之间的关系。

1. 风景名胜区

《中华人民共和国风景名胜区条例》(以下简称《风景名胜区条例》)认为:风景名胜区是指具有观赏、文化或者科学价值,自然景观、人文景观比较集中,环境优美,可供人们游览或者进行科学、文化活动的区域。



截至2009年12月,我国公布的国家级重点名胜风景区有208处,如八达岭—十三陵风景名胜区、庐山风景名胜区、井冈山风景名胜区、三亚热带海滨风景名胜区、西藏雅鲁河风景名胜区等。按《旅游景区质量等级的划分与评定》的界定,风景名胜区是旅游景区的一种类型,源于我国对景观环境质量较佳的名胜地的管理名称,在管理归口上隶属于建设部门。风景名胜区是一种资源保护性的社会公益场所,建设的主要目的是保护自然和文化遗产,在此前提下,积极开展旅游活动。

2. 自然保护区

《中华人民共和国自然保护区条例》认为:自然保护区(Nature Reserve)是指对有代表性的自然生态系统、珍稀濒危野生动植物物种的天然集中分布区、有特殊意义的自然遗迹等保护对象所在的陆地、陆地水体或者海域,依法划出一定面积予以特殊保护和管理的区域。

1956年,我国在广东省肇庆市建立了第一个自然保护区——鼎湖山自然保护区。截至2009年,已建立国家级自然保护区319个,其中的28处国家级自然保护区已被联合国教科文组织发起的“人与生物圈计划”列入国际生物圈保护区。我国的自然保护区可分为生态系统类、野生生物类和自然遗迹类自然保护区三种类型。在布局上,自然保护区可以分为核心区、缓冲区和实验区。自然保护区是旅游景区的一种类型,在管理归口上隶属于环境保护行政主管部门。自然保护区的建设是为了保护自然本底、贮备物种、开辟科研和教育基地、保留自然界的美学价值,在保护的前提下,有条件地开展旅游活动。

3. 森林公园

中华人民共和国林业行业标准《中华人民共和国森林公园总体设计规范》(LY/T 5132—95)认为:森林公园是以良好的森林景观和生态环境为主体,融合自然景观与人文景观,利用森林的多种功能,以开展森林旅游为宗旨,为人们提供具有一定规模的游览、度假、休憩、保健疗养、科学教育、文化娱乐的场所。

我国第一座森林公园是张家界国家森林公园,截至2009年年底,我国共建立各级森林公园2458处,其中,国家级森林公园达730处、国家级森林旅游区1处(白山市国家级森林旅游区)。森林公园是旅游景区的一种类型,《中华人民共和国森林公园管理办法》规定森林公园在管理归口上隶属于林业部门。森林公园建设的主要目的是开展旅游活动,在开展森林旅游的同时,重点保护好森林生态环境,遵循开发与保护相结合的原则,应充分利用原有设施,进行适度建设,切实注重实效。

4. 水利风景区

《中华人民共和国水利风景区管理办法》(以下简称《水利风景区管理办法》)认为:水利风景区是指以水域(水体)或水利工程为依托,具有一定规模和质量的水利风景资源与环境条件,可以开展观光、娱乐、休闲、度假或科学、文化、教育活动的区域。水利风景资源是指水域(水体)及相关联的岸地、岛屿、林草、建筑等能对人产生吸引力的自然景观和人文景观。

水利风景区是旅游景区的一种类型,它以培育生态、优化环境、保护资源为目标,强调社会效益、环境效益和经济效益的有机统一。我国水利部于2001年7月成立了水利风景区评审委员会,开展水利风景区评审。据有关专家研究,全国的旅游景区中涉水的,即属于水利风景区或水利旅游项目审批管理范畴的至少占一半以上。截至2009年,我国已



建立国家级水利风景区 370 个,如十三陵水库旅游区、江都水利枢纽旅游区等。

5. 地质公园

地质公园 (Geo Park) 是以具有特殊的地质科学意义、稀有的自然属性、较高的美学观赏价值,具有一定规模和分布范围的地质遗迹景观为主体,并融合其他自然景观与人文景观而构成的一种独特的自然区域。

建设地质公园既是为人们提供具有较高科学品位的观光旅游、度假休闲、保健疗养、文化娱乐的场所,又是地质遗迹景观和生态环境的重点保护区,还是地质科学研究与普及的基地。地质公园是旅游景区的一种类型,在管理归口上隶属于国土资源部门。截至 2008 年,全球分 5 批建立了 64 家世界地质公园,其中,中国有 22 家世界地质公园,如安徽黄山、江西庐山、河南云台山、云南石林、广东丹霞山等。中国分 5 批建立了 182 家国家级地质公园。

6. 世界遗产地

世界遗产地是指被联合国教科文组织和世界遗产委员会确认的人类罕见的、目前无法替代的财富,是全人类公认的具有突出意义和普遍价值的文物古迹及自然景观所在地。狭义的世界遗产包括世界文化遗产、世界自然遗产、世界文化与自然双重遗产和文化景观四类。广义的世界遗产分为文化遗产、自然遗产、文化和自然双重遗产、记忆遗产、人类口述和非物质遗产(简称非物质文化遗产)、文化景观遗产。

1972 年,联合国教科文组织在法国巴黎通过《保护世界文化和自然遗产公约》。世界遗产管委会归口管理。截至 2010 年 8 月 1 日,中国已有 40 处世界遗产,其中,世界文化遗产 26 处,世界自然遗产 8 处,世界文化与自然双重遗产 4 处,文化景观 2 处,如周口店北京猿人遗址、九寨沟自然遗产、泰山文化和自然双重遗产、庐山文化景观等。

7. 主题公园

主题公园 (Theme Park) 是以某一主题或综合几种主题于一体为内容,采用现代科学技术和多层次空间活动设置方式,用高投资打造人造旅游资源,集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游景区。

一般认为主题公园起源于荷兰。1952 年,荷兰马都拉家族的一对夫妇为纪念在第二次世界大战中牺牲的独生子,兴建了一座微缩了荷兰 120 处风景名胜的公园,开创了世界微缩景区的先河。1955 年,美国的华特·迪士尼在加利福尼亚州兴建了世界上第一个现代大型主题公园——迪士尼乐园,将迪士尼电影场景和动画技巧结合机械设备,以主题贯穿各个游戏项目,让游客得到了前所未有的体验而风靡全球。现在主题公园已经遍及全世界,如东京迪士尼乐园、美国迪士尼乐园、美国迪士尼好莱坞影城、加拿大魁北克海洋梦幻乐园、巴黎迪士尼乐园、西班牙的冒险港、英国的奥尔顿塔及意大利的加达云霄乐园等。

我国第一个主题公园是 1989 年开业的深圳锦绣中华微缩景区。从 20 世纪 80 年代至今,全国已累计开发主题公园式旅游点 2 500 多个。著名的有深圳的世界之窗、广州的长隆欢乐世界、香港的迪士尼乐园、北京的欢乐谷、台湾桃园的小人国、大连的发现王国、青岛的极地海洋世界,以及筹划中的天津环球影城和上海迪士尼乐园。

8. 旅游度假区

旅游度假区是旅游景区中的一种。旅游度假区的主要功能是度假,是以闲瑕为目的,



为满足游客娱乐、休憩需求而提供相关设施与服务的有机组合体,用以为游客创造一种特殊的环境和经历。

1992年,经国务院批准,我国建成北海银滩、昆明滇池、三亚亚龙湾、武夷山、青岛石老人、西双版纳旅游度假区等12个最早的国家级旅游度假区。

9. 旅游目的地

旅游目的地又称旅游地或旅游胜地,是相对于客源地而言的,是指一定地理空间上的旅游资源和旅游专用设施、旅游基础设施及相关条件有机结合起来所形成的旅游者停留和活动的地域综合体。旅游目的地是吸引旅游者短暂停留、开展旅游活动的地方。旅游目的地一般需要完善的旅游服务功能,具有旅游景区或旅游资源等吸引物,具有住宿、餐饮、娱乐、购物及其他辅助服务等配套设施与服务,具有内外联系的交通体系,即可以满足旅游者的吃、住、行、游、购、娱等旅游活动需求。

旅游目的地的空间范围是分层次的,可以是一个城市、一个省,甚至一个国家、一个大洲,旅游景区也是旅游目的地。有时,地理学者将旅游目的地按一定的空间规模来划分“旅游区”,如长江三峡旅游区、粤东潮客文化旅游区等,更大范围的如把全世界划分为欧洲、非洲等几大旅游区,把中国划分为东北、华北、华中、华东、华南、东南、西南、西北等几大旅游区。另外,“旅游区”曾在《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—1999)中被作为一个表述“旅游景区”的概念。

二、旅游景区的特点

旅游景区是具有旅游功能和管理职能的空间场所、旅游设施及服务。旅游景区概念包含以下几个方面的内容:①旅游景区具有明确的区域范围,可以设置管理机构进行专门管理;②旅游景区拥有审美、康健、文化等价值的旅游资源,能够激发人们的旅游动机;③旅游景区具有科研、教育、休闲、游览等功能。依照上述定义,可以明确旅游景区具有以下特征:

1. 资源的吸引性

旅游景区以自然景观和人文景观等旅游资源为依托,对游客产生广泛的吸引力,其资源的吸引性是旅游景区存在的前提条件。旅游景区的旅游资源可以是自然天成的,也可以是人类历史遗留下来的,还可以是人工专门建造的,以此对人们产生吸引力。

2. 设施的专用性

旅游景区不仅仅拥有吸引游客的旅游资源,还须具有必要的旅游设施,包括基础设施、接待服务设施和游乐设施,并依托这些设施提供相应的旅游服务。没有相应的设施,仅有旅游资源的空间是不可能成为旅游景区的,旅游设施是旅游景区专有的内容。

3. 功能的多重性

旅游景区具有参观游览、休闲度假、康乐健身、教育科考等功能。当然,核心功能还是旅游,这里涉及对旅游的界定问题。旅游功能是旅游景区吸引力的最终体现,是旅游景区作为一种旅游产品的价值基础。旅游景区依托旅游资源及旅游设施为游客提供开展游乐活动的场所,游客把它作为旅游目的地。不同的旅游景区类型具有不同的旅游功能,旅游景区的主体功能取决于景区的旅游资源类别和服务形式,多样化的旅游功能使得旅游景区活动丰富多彩。