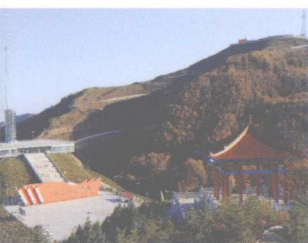


普通高等教育“十二五”旅游与饭店管理专业系列规划教材

总主编 刘 住

旅游景区管理



主 编 张昌贵 李 勤
副主编 岳 杰 李 华 赵 静

赠 送
电子课件



NLIC2970859336

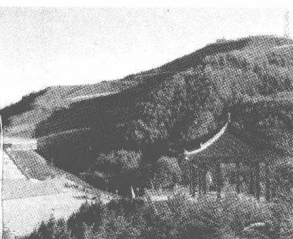


西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

普通高等教育“十二五”旅游与饭店管理专业系列规划教材

总主编 刘 佳

旅游景区管理



主 编 张昌贵 李 勤
副主编 岳 杰 李 华 赵 静



NLIC2970869336



西安交通大学出版社
XI'AN JIAOTONG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理/张昌贵,李勤主编. —西安:西安
交通大学出版社,2013.1

ISBN 978-7-5605-4721-3

I. ①旅… II. ①张…②李… III. ①旅游点-经济
管理-高等学校-教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 283684 号

书 名 旅游景区管理
主 编 张昌贵 李 勤
责任编辑 史菲菲

出版发行 西安交通大学出版社
(西安市兴庆南路 10 号 邮政编码 710049)

网 址 <http://www.xjupress.com>
电 话 (029)82668357 82667874(发行中心)
(029)82668315 82669096(总编办)

传 真 (029)82668280
印 刷 陕西时代支点印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16 印张 16.625 字数 404 千字
版次印次 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5605-4721-3/F·334
定 价 32.00 元

读者购书、书店添货,如发现印装质量问题,请与本社发行中心联系、调换。

订购热线:(029)82665248 (029)82665249

投稿热线:(029)82668133

读者信箱:xj_rwjg@126.com

版权所有 侵权必究

内 容 提 要

本教材从景区职业分析入手,根据旅游景区职业岗位要求,以任务驱动为导向,确定教学内容。具体内容分为旅游景区的认知、旅游景区服务质量管理、旅游景区游客管理、旅游景区安全管理、旅游景区解说管理、旅游景区营销管理、旅游景区设施管理、旅游景区资源管理、旅游景区社区与环境管理、旅游景区的危机与创新管理等10个项目,23个任务。每一项目包括学习目标、项目分析及若干任务,每一任务又包括情境设计、任务分析、相关知识、任务实施、考核评价、拓展知识、案例与讨论、思考与讨论、技能训练题,便于教师在教学中以实际任务驱动学生主动参与,突出知识应用与技能训练,让学生在做中学,学中会,提高应用操作能力。

本教材可作为高职高专旅游类相关专业的教学用书,也可作为旅游景区相关人员提高景区管理能力的自我训练手册和旅游景区培训教材。

前言

Preface

截至2011年底,全国旅游景区已达20976家,其中,A级旅游景区5573家。旅游景区已成为居民旅游消费的热点之一,景区收益不断增加,增速明显高于同期全国星级饭店和旅行社行业,旅游景区的主体地位进一步增强。旅游景区有力地带动了地方经济发展,基本形成了“开发一个景区、形成一个产业、带动一方百姓”的格局。与此同时,我国旅游企业的世贸“缓冲期”已过,国内外旅游企业同台共技,这使得原本竞争激烈的国内旅游市场更趋激烈。在激烈的旅游竞争中,全面提升旅游景区从业人员与管理者的知识与技能,提高景区服务质量,塑造景区品牌形象,成为旅游企业增强竞争力的有效途径。

如何培养合格的旅游景区服务与管理人才,这是一个不老的话题。相对于旅行社、饭店,旅游景区方面的教材仍然偏少,特别是适合高等职业教育的更少。鉴于此,我们不揣浅薄编写了《旅游景区管理》一书。我们从景区职业分析入手,根据旅游景区职业岗位要求,以任务驱动为导向,确定教学内容。具体内容分为旅游景区的认知、旅游景区服务质量管理、旅游景区游客管理、旅游景区安全管理、旅游景区解说管理、旅游景区营销管理、旅游景区设施管理、旅游景区资源管理、旅游景区社区与环境管理、旅游景区的危机与创新管理等10个项目,23个任务。每一项目包括学习目标、项目分析及若干任务;每一任务又包括情境设计、任务分析、相关知识、任务实施、考核评价、拓展知识、案例与讨论、思考与讨论、技能训练题。“学习目标”是该项目经过学习应该达到的知识目标和技能目标;“项目分析”是简要概述项目的内容、关键点与重难点以及在整个景区管理中的地位与作用;“任务”是具体活动中应该完成的知识与技能任务。“情境设计”是在面临实际的景区问题情境下引出亟待解决的任务;“任务分析”是对需要解决的问题任务进行分析;“相关知识”是解决任务“所需够用”的知识;“任务实施”是提出教学中解决问题的方法与步骤;“考核评价”是任务完成情况与技能评价的综合考查;“拓展知识”是对任务中相关知识的拓展与延伸;“案例与讨论”是对任务中的典型案例的分析与讨论;“思考与讨论”是任务中出现的值得思考、容易混淆,可集思广益的问题;“技能训练题”是根据实际的教学与本地情况设计的课外实训题。通过以上教学模式的组织,突出知识应用与技能训练。建议教学中教师当好“教练”角色,组织与指导学生当好“运动员”角色,以期实现教师在教学中以实际任务驱动学生主动参与,让学生在学中做,做中学,提高应用操作能力。

本书由张昌贵(杨凌职业技术学院)、李勤(武汉交通职业技术学院)任主编,岳杰(焦作师范高等专科学校)、李华(陕西省旅游学校)、赵静(武汉交通职业技术学院)任副主编。具体编写分工如下:张昌贵编写项目一、项目二和附录;李勤编写项目五、项目八;岳杰编写项

目九、项目十;李华编写项目三;赵静编写项目六;张俊(武汉城市职业技术学院)编写项目七;吴丽(武汉城市职业技术学院)、张昌贵编写项目四。张昌贵对全书内容进行了统稿。

本书编写过程中,参考了大量国内外旅游景区诸多研究成果,吸收了崔凤军、张凌云、董观志、成才、阚如良等学者的成果,在此,一并向各位专家、学者表示衷心的感谢!作为尝试之作,加之编者学识有限,书中疏漏不妥之处在所难免,敬请广大读者提出宝贵的建议和意见,以便今后修订完善。

编者

2012年12月

目录 Contents

项目一 旅游景区的认知	(1)
学习目标	(1)
项目分析	(1)
任务一 旅游景区概念的界定	(1)
任务二 旅游景区类型的划分	(9)
项目二 旅游景区服务质量管理	(27)
学习目标	(27)
项目分析	(27)
任务一 旅游景区服务质量的分析	(27)
任务二 A 级旅游景区等级的评定	(39)
项目三 旅游景区游客管理	(46)
学习目标	(46)
项目分析	(46)
任务一 旅游景区游客的引导与管理	(46)
任务二 旅游景区游客管理技术的制定	(60)
项目四 旅游景区安全管理	(67)
学习目标	(67)
项目分析	(67)
任务一 旅游景区安全体系的构建	(67)
任务二 旅游景区安全的引导与管理	(79)
项目五 旅游景区解说管理	(89)
学习目标	(89)
项目分析	(89)
任务一 旅游景区解说系统的分类	(89)
任务二 旅游景区解说系统的规划设计	(102)
任务三 旅游景区解说系统的维护管理	(115)

项目六 旅游景区营销管理	(126)
学习目标	(126)
项目分析	(126)
任务一 旅游景区门票价格策略的制定	(126)
任务二 旅游景区营销策略的制定	(135)
任务三 旅游景区品牌塑造与管理	(144)
项目七 旅游景区设施管理	(152)
学习目标	(152)
项目分析	(152)
任务一 旅游景区设施的规划	(152)
任务二 旅游景区设施的维护与保养	(168)
项目八 旅游景区资源管理	(176)
学习目标	(176)
项目分析	(176)
任务一 旅游景区资源管理方法与技术的制定	(176)
任务二 旅游景区资源管理与可持续发展	(185)
任务三 世界遗产的保护与管理	(195)
项目九 旅游景区社区与环境管理	(203)
学习目标	(203)
项目分析	(203)
任务一 旅游景区社区关系的协调与管理	(203)
任务二 旅游景区环境卫生的维护与管理	(215)
项目十 旅游景区的危机与创新管理	(223)
学习目标	(223)
项目分析	(223)
任务一 旅游景区的危机处理	(223)
任务二 旅游景区的创新管理	(232)
附录	(246)
附录一 《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)	(246)
附录二 旅游景区管理相关网站	(258)
参考文献	(259)

项目一 旅游景区的认知



学习目标

知识目标:理解旅游景区的概念与相关概念;掌握旅游景区的范围界定;理解旅游景区的类型。

技能目标:能界定什么样的地方是旅游景区;能辨析旅游景区与相关概念的区别与联系。



项目分析

旅游景区是旅游吸引物的载体,是旅游者出游的归宿,也是激发旅游者出游的最重要的因素之一。由此,旅游景区是旅游产业的核心,可以说没有旅游景区就没有旅游业。通过本项目的学习,学会界定什么样的地方可以称为旅游景区,景区有哪些类型,景区与相关概念的区别与联系。本项目的学习重点是旅游景区的界定与相关概念辨析,难点是旅游景区与相关概念的辨析。本项目是学习本课程的基础,是掌握景区管理知识与技能的入门必备内容,使学生在了解景区管理之前,先对景区的基本概念有一个较为全面的背景性认知。

任务一 旅游景区概念的界定



情境设计

小张一直向往去张家界旅游,通过网络查找了一些相关资料,了解了一些关于张家界的情况。张家界主要指“张家界武陵源地质公园(武陵源世界自然遗产)”,其中除了“张家界国家森林公园”以外还有“天子山自然保护区”和“索溪峪自然保护区”。其中“张家界国家森林公园”包含袁家界、杨家界、金鞭溪、黄石寨、砂刀沟、鹞子寨等景点;“天子山自然保护区”包含大观台、老屋场、鸳鸯瀑布、神堂湾、贺龙公园、卧龙岭等景点;“索溪峪自然保护区”包含十里画廊、黄龙洞、宝峰湖等景点。张家界武陵源地质公园实行三大景区通票制度 248/2 天、298/7 天,其中不包含黄龙洞、宝峰湖两个景点。

打开张家界市内景区地图(见图 1-1),小张还是泛起了疑惑:大家心目中的张家界到底指的是什么地方?人们常说的张家界是旅游地、旅游区、旅游景区、旅游景点,还是旅游资源或旅游景观?

根据以上情境,完成下列任务:

1. 请指出张家界市区域内,哪些区域范围属于旅游地、旅游区、旅游景区、旅游景点,并讨论它们之间的区别与联系,它们与旅游资源、旅游景观是什么关系。
2. 请讨论如果要成为旅游景区应具备哪些条件。

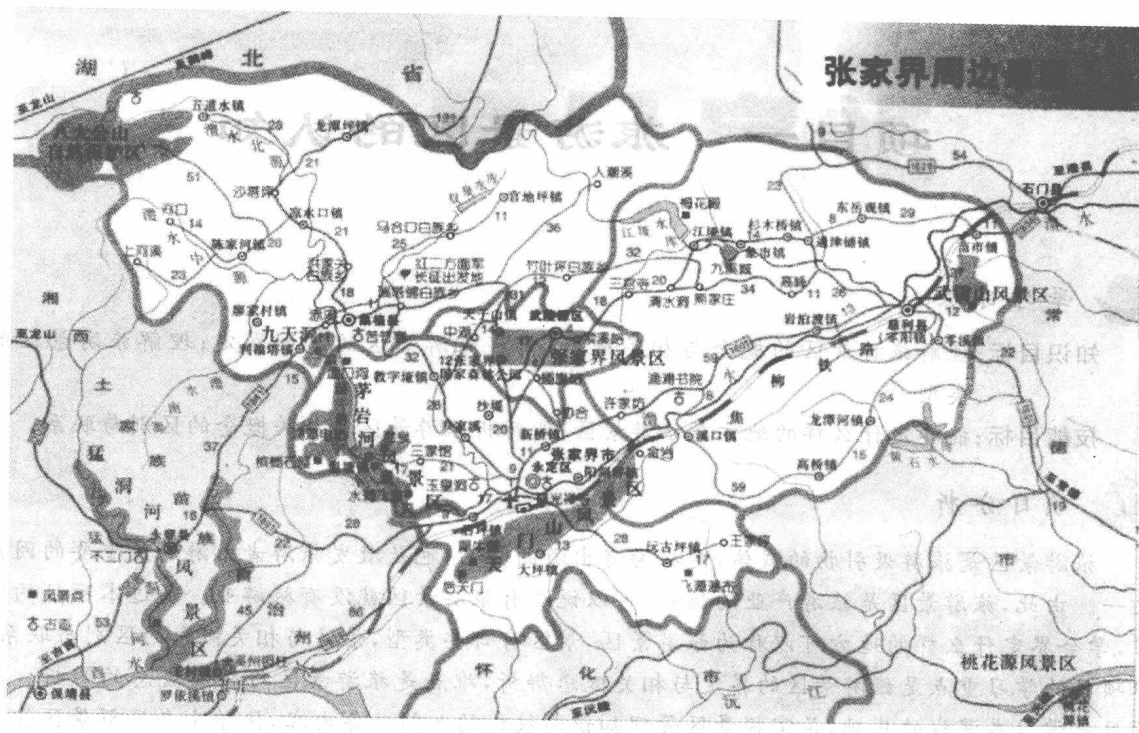


图 1-1 张家界景区示意图



任务分析

旅游景区,常常被简称为景区。相关的概念中,旅游地、旅游区、旅游景点、旅游资源、旅游景观这几个概念最容易与景区相混淆。除此之外,风景旅游区、旅游风景区与旅游景区也常混用。由于历史、国内外等原因,业界对于景区的界定尚未统一。那么要界定景区的范围,就要把各概念的范围予以确定,这样就容易把景区与相关概念清晰地区别开。景区的构成要素或具备的条件有哪些?这应该从景区的特点及功能方面入手,进一步分析哪样的地方能构成景区。



相关知识

一、旅游景区的范围界定

旅游景区在英语中,通常是用 visitor attractions、tourist attractions 或 attractions 等词,有时也用 places of interests、site、scenic spot、scenic sights、scenic areas 等词。《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)标准中旅游区(点)使用的译文是 tourist attraction,而一般国内学者大多将 tourist attractions 译为旅游吸引物。

(一)国内外典型的旅游景区概念

1. 国外典型的旅游景区概念

目前,即使在旅游研究较先进的英美国家,对于旅游景区的定义都不是非常严格的,外延也都不周延,基本上可分为广义和狭义两大类:广义的旅游景区几乎等同于旅游目的地,而狭义的旅游景区则是一个吸引游客休闲和游览的经营实体。

2. 国内典型的旅游景区概念

我国学者或相关部门机构对旅游景区的界定,有的属于学术定义或概念,有的属于解释与说

明便于技术性操作管理,这些观点虽然侧重点不同,但基本含义大同小异。结合我国旅游业的发展实际情况,本书中采用的“旅游景区”概念范围基本等同于《旅游区(点)质量等级的划分与评定》标准中的“旅游区(点)”。

旅游景区是指具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能,具有相应旅游服务设施并提供相应服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构明确的地域范围。包括风景区、文博馆、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。

(二)旅游景区的构成要素

根据以上旅游景区的概念分析,旅游景区一般包括以下要素:

(1)特定的旅游吸引物(旅游资源)。旅游吸引物是吸引游客向往的根本所在,其中旅游资源是旅游景区吸引游客的素材,景区内的景点或活动是吸引游客的载体。当然,景区开发旅游资源的主要目的是吸引游客,为其提供一种快乐、愉悦和审美的体验。

(2)综合的旅游功能。旅游功能是旅游景区吸引力的主要体现,也是满足游客体验需求的功能要素,包括游览、交通、导游服务、餐饮、购物娱乐、住宿等。当然,不同的旅游景区类型具有差异性的旅游功能,可能不具有某些旅游功能,如住宿、娱乐等。

(3)统一的管理机构。即每个旅游景区要有明确的一个管理主体,对旅游景区内的旅游资源保护与开发、服务与经营,进行统一的管理。它是旅游景区管理的主体,是服务的供给方。这个主体可以是政府机构,或是具有部分政府职能的事业单位,也可以是独立的法人企业。

(4)清晰的空间范围。不论旅游景区的规模有多大,都有一个确定的管辖空间范围,常表现为进入的限制性,也即门票范围。有一点需指出,往往很多景区,特别是自然型景区一般分为开发区域和非开发区域,不论其开发与否都应属于景区的范畴。

(5)必要的设施与服务。旅游资源经开发后,配备必要的旅游设施与服务,这时旅游景区的旅游功能才能得以发挥。没有设施与服务,再好的旅游资源也还是旅游资源,不会成为可供旅游者消费的旅游景区产品。

二、旅游景区相关概念的辨析

(一)空间范围上与旅游景区相关的概念

在空间范围上与旅游景区存在差异的概念,主要有旅游地、旅游区、景点、各类型景区,它们与景区在空间范围上的关系可表现为包含与从属关系(见图1-2)。

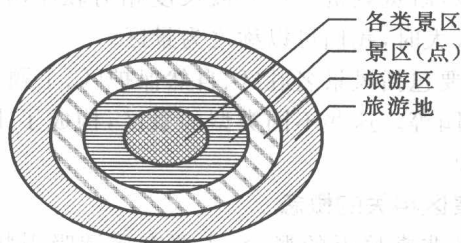


图1-2 景区相关概念的空间范围

旅游地是旅游目的地的简称,具有最大的旅游空间尺度,从一般意义理解,旅游地常常是指行政区域范围。一般而言,旅游地往往包含了不同数量的旅游区或旅游景区,从功能上看,基本能构成旅游业中各要素,能够满足游客的综合性旅游需求,是一个相对复杂的旅游系统。所以,

旅游地在内容和范围上一般都比旅游景区大得多,可以是城市(镇),也可以是一个国家。例如要去秦始皇陵兵马俑,人们首先想到的是陕西或西安,而该景区其实位于西安市临潼区,距西安市区有 30 公里。同样,要去九寨沟,人们首先想到四川,而很多人不知,其实从成都往九寨沟路途遥远,而甘南地区和九寨沟近在咫尺。

旅游区是和旅游地十分接近的一个概念,是一个比较宽泛的概念,具有较大的旅游空间尺度,没有清晰明确的空间范围,只是一个大致的模糊的游客活动区域。旅游区具有多种层次的地理区划空间尺度:第一种是国家范围的区域尺度,地跨数省的区域范围,如西北旅游区、西南旅游区等;第二种是地区范围的区域尺度,地跨数省的多个地市区域范围,如三峡旅游区、大香格里拉旅游区等;第三种是省域范围的区域尺度,如陕西十大旅游区之延安三黄一圣旅游区、太白山旅游区等。一般认为,旅游区是由一定数量的旅游景区(点)、一定规模的旅游设施和一定的游客相对集中的自由活动空间范围所构成的一个区域。一般来说,旅游区总是以一个或多个能提供服务功能的城市为依托的。但旅游地不能等同于旅游区,二者之间的差异在于,旅游地中并不是所有地方都有游客或相对集中的游客,而旅游区内有相对集中的游客分布且很多区域是可以自由进出的。

这里有一点需要说明:国家质检局 2004 年发布的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》标准中的“旅游区(点)”应该是指旅游景区或景区。因为,国家质检局的标准中使用的是“旅游区(点)”,而国家旅游局于 2005 年发布的《旅游景区质量等级评定管理办法》中使用了“旅游景区”,没有沿用“旅游区(点)”,所以认为如此。

显然,旅游地和旅游区在功能上要比旅游景区完善得多,空间尺度也要大得多,旅游地和旅游区一般是一个较大的地理区域,如一个国家、一个海岛和一座城市等,而旅游景区只是旅游地、旅游区的核心部分。当然,有时两者之间也并非总是泾渭分明、非此即彼的,如一些小型的旅游地和超大型的旅游景区也可能出现亦此亦彼的情形。

习惯中,景区与景点经常混在一起,甚至不加区别地使用,两者的差异仅在于空间尺度的不同。一般而言,景点的区域范围较小,而旅游景区的区域范围要大一些,往往包含若干个景点。但有些景点空间范围较大时,可直接视为一个旅游景区。因此,旅游景区应该是由旅游景点构成的,包含服务设施、独立的管理机构的地域系统。但同时旅游景点也可能单独存在,如西北农林科技大学(中科院水土保持研究所)所属的人工降雨大厅,仅仅一个实验场地,所以称其为景点,如称其为景区就牵强了。旅游景点可以是旅游景区的组成部分,旅游景区包含若干旅游景点,旅游景点也可以独立存在。所以,游览观赏点单一或尺度相对较小时,我们可以称之为景点,游览观赏点丰富多样或尺度相对较大时,我们可以称之为景区。

旅游景区的类型多样,主要包括风景名胜区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、博物馆、动物园、植物园、国家公园等。这些不同类型的景区,构成了丰富多彩的旅游景区,这也满足了不同类型游客的旅游需要。

(二)资源内容上与旅游景区相关的概念

在资源内容上与旅游景区非常接近的概念,主要有旅游吸引物(tourism attractions)、旅游资源(tourism resources)、景观(landscape)。一般认为旅游资源基本上等同于旅游吸引物,只是国内学者习惯于旅游资源概念,而西方学者习惯于使用旅游吸引物。

旅游吸引物是一个比较宽泛的概念,通常指旅游地中对旅游者具有吸引力的要素。

《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)将旅游资源定义为:自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的

各种事物和因素。这一定义被普遍使用。

景观一词广泛应用于建筑学、地理学、美学、园林学、文学、美术等多个学科领域,它的最初含义就是视野中的一切景物,通常是由地貌、水体、生物、建筑等景观要素构成的一个有机整体。在地理学上,景观还可以是一个类型概念,如城市景观、乡村景观等。景观的尺度一般较大,应该大于景点,存在于景区中,也可能大于景区,但应小于旅游区,或与景区和旅游区交叉重叠。当把旅游景区一词用于旅游研究中时就派生出一个新概念,即旅游景观。

崔风军(2002)认为,旅游吸引物(旅游景区)和旅游资源在概念上并无根本区别,在大多数情况下旅游吸引物(旅游景区)是旅游资源的代名词,因此通常情况下两者可以通用。旅游吸引物与旅游景区之间也有细微的差异,如气候、特殊的民俗民风等是旅游吸引物,但不能说是旅游景区。但从总体上看,两者大部分内容是重合的。

显然,旅游吸引物、旅游资源与旅游景观在内容上是较多重叠的,多种旅游资源形成旅游景观,而旅游景观可以成为旅游吸引物,成为吸引游客的物质基础。它们和旅游景区的关系为,旅游景区一定是包含有旅游吸引物、旅游资源、旅游景观的区域,而且旅游景区一般是旅游吸引物比较集中、旅游资源比较丰富、景观具有一定规模和特色的区域。这些区域经过规划开发,能接待游客,才成为旅游景区。因此,旅游吸引物、旅游资源和旅游景观是旅游景区得以存在的物质基础。

(三)用语习惯上与旅游景区相关的概念

在用语习惯上与旅游景区相关的概念,主要有风景旅游区、旅游风景区、景区。这几个概念基本可以等同,但因为汉语习惯的差异,相互之间稍有差异。

风景区,习惯上是风景名胜区的简称。1985年国务院颁布了《风景名胜区管理暂行条例》,尔后,改革开放,旅游业迅速发展,风景名胜区成为游客向往之地并构成了我国旅游景区的主体,旅游界因此造就了一个新名词“风景旅游区”或“旅游风景区”。

风景旅游区、旅游风景区、景区,这几个概念中,风景旅游区与旅游风景区完全可以等同,而风景旅游区、旅游风景区与景区稍有差异。旅游景区可简称为景区,崔风军认为其是指以原生的、自然赋存的或历史遗存的景观为载体,向大众旅游者提供的旅游观光对象物。它应当包括向大众游客开放的风名胜区、森林公园、历史文化名城(镇)、自然保护区、主题公园等,原则上不包括游乐园、室内博物馆、美术馆等旅游区。按汉语习惯,“风景”更多的是指由自然构成,而像一些博物馆、历史遗迹地等主要以历史文化为主的景区,称其为“风景区”,确实有些勉强。所以,风景旅游区和旅游风景区,从概念上其内涵比旅游景区应该小一些,旅游景区内涵较广,是业界比较认同的名称。

早期的旅游景区方面的教材主要有1997年陈瑛编著的陕西旅游出版社出版的《旅游风景区管理》、1998年岳怀仁主编的云南大学出版社出版的《风景旅游区经营与管理》、2001年崔风军著的中国旅游出版社出版的《风景旅游区的保护与管理》,可见先前的学者们主要使用“风景旅游区”或“旅游风景区”,但此后的景区管理方面的教材,普遍使用的名称为“旅游景区”或“景区”,并且在一些教材或文献中《旅游区(点)质量等级的划分与评定》常常被称为《旅游景区质量等级的划分与评定》,这也有可能是笔误。《中国旅游报》中专门有一栏目:景区专刊。以上这些说明“旅游景区”或“景区”这一名称基本为业界接受,并成为比较规范的名称。

(四)其他与旅游景区相关的概念

除以上与旅游景区概念或范围容易混淆的概念之外,还有工农业旅游示范点、文化产业示范园区、世界遗产、旅游胜地等头衔(称号)也容易与景区产生混淆。

1. 工农业旅游示范点

工业旅游示范点是指以工业生产过程、工厂风貌、工人工作生活场景为主要旅游吸引物的旅游点。农业旅游示范点是指以农业生产过程、农村风貌、农民劳动生活场景为主要旅游吸引物的旅游点。

工业旅游和农业旅游,在欧美和日本等发达国家早已有之。在我国的出现与发展,则是最近十多年间的事情,但发展势头迅猛,意义重大,已经引起了各方面的高度关注和重视。2002年10月14日国家旅游局局长办公会审议通过了《全国农业旅游示范点、全国工业旅游示范点检查标准(试行)》。该标准分为“示范点的接待人数和经济效益”、“示范点的社会收益”、“示范点的生态环境效益”、“示范点的旅游产品”、“示范点的旅游设施”、“示范点的旅游管理”、“示范点的旅游经营”、“示范点的旅游安全”、“示范点周边环境可进入性”、“示范点的发展后劲评估”10项。标准检查得分最高为1000分,另有加分项目最高为50分。农业旅游点合计得分在700分(含)以上、工业旅游点合计得分在650分(含)以上,方具有被评定为“全国农业旅游示范点”和“全国工业旅游示范点”的资格。国家对西部地区采取扶持发展的特殊政策,即农业旅游点合计得分在650分(含)以上,工业旅游点合计得分在600分(含)以上。2004年国家旅游局公布了306家单位为首批全国工农业旅游示范点,其中,农业旅游示范点203个,工业旅游示范点103个。大力发展农业旅游和工业旅游,对于解决“三农”问题,促进工业产业结构调整、城乡统筹发展,丰富优化旅游产品,扩大就业与再就业等,均具有十分重要的意义。

工农业旅游示范点不是严格意义上的旅游景区,其主要功能也不是旅游,只是可以大力或附带发展旅游;并且其范围也是模糊的,很多示范点更像旅游区。如工业旅游示范点长春市一汽集团,其旅游功能与旅游范围是很有限的;又如,工农业旅游示范点杨凌农业高新技术产业示范区,其内有博览园等知名景区,有较大的旅游功能,但旅游范围模糊不定,更像旅游区。所以工农业旅游示范点更多是旅游地或旅游区或景区的认证标准。但也有可能就是景区本身,按该标准的加分项目,示范点被评为1A~4A景区,分别加分4~10分,即反证了景区可以参加工农业旅游示范点的评定。

2. 文化产业示范园区

文化产业示范园区是指进行文化产业资源开发、文化企业和行业集聚及相关产业链汇聚,对区域文化及相关产业发展起示范、带动作用,发挥园区的经济、社会效益的特定区域。我国文化产业示范园区有国家级文化产业园区和省级文化产业园区两个等级。

在我国文化产业的发展体系中,产业园区具有集聚企业、人才和资源的功能,能够在较短的时间内为文化产业发展创造出较好的环境和服务体系,对产业发展具有重要的推动和促进作用。基于产业园区的这些突出功能,自2006年以来,文化部先后命名了两批四家国家级文化产业示范园区,而各地随后也命名了多家文化产业示范园区。但是,一段时间以来,文化产业示范园区建设也出现了过多过滥、缺乏文化内容的问题,甚至出现过度商业化和地产化的倾向。文化产业发展的红火及背后隐现的部分乱象,促使文化部于2010年12月出台《国家级文化产业示范园区管理办法(试行)》,用以规范国家级文化产业示范园区的申报、命名、管理工作。该办法指出,园区每两年申报、命名一次,原则上每个省级行政区内园区总量不超过两个;还特别提到,园区内非文化类商业及其他配套面积不得超过园区总建设面积的20%,文化企业数量占园区企业总数的60%以上。文化部还将对已命名的园区进行建设目标考核,每两年一次。考核结果分为通过考核、限期整改、撤销命名三种。限期整改的期限不超过六个月。这一规定意味着国家级文化产业示范园区“终身制”被废止,不符合相关规定的园区将被文化部撤销其称号。截至2011年7月,

文化部先后命名了两批四家国家级文化产业示范园区,包括华侨城集团公司、西安曲江新区、曲阜新区文化产业园、沈阳棋盘山开发区。

由上可知,文化产业示范园区,具有一定的旅游功能,但旅游范围不定,更像旅游区,也是旅游地的品牌(称号或头衔)。例如,西安曲江新区属于西安雁塔区,近期规划面积 15.88 平方公里,远期规划面积 47 平方公里,区内有大雁塔、大唐芙蓉园、曲江海洋世界、大唐不夜城等旅游景区(点)。

3. 世界遗产

1972 年 11 月 16 日,联合国教科文组织大会第 17 届会议在巴黎通过了《保护世界文化和自然遗产公约》。被世界遗产委员会列入《世界遗产名录》的地方,将成为世界的名胜,可受到世界遗产基金提供的援助,还可由有关单位招徕和组织国际游客进行游览活动。《保护世界文化和自然遗产公约》是目前加入缔约国最多的国际公约之一。自 1975 年公约正式生效后,在全球范围内,迄今共有 187 个国家和地区加入,成为缔约成员。中国于 1985 年 12 月 12 日加入《保护世界文化和自然遗产公约》。1999 年 10 月 29 日,中国当选为世界遗产委员会成员。

世界遗产地,是我国最重要的景区,除个别世界遗产如北京周口店北京猿人遗址、安阳殷墟等的旅游经济效应不是很明显之外,大部分其他世界遗产均带来了较大的旅游经济效应。许多地方,因世界遗产而带动了当地的经济的发展。因此,近些年,受地方经济利益的驱动,我国现在正掀起一股申报世界文化遗产热,简称“申遗热”,争相为获取世界遗产这一“金字招牌”。由于世界遗产几乎是旅游景区含金量或品牌价值最高的头衔(品牌或称号),所以具备申遗条件的各地均不遗余力地进行申遗,但许多专家认为遗产更应该注重保护,而不是仅仅考虑其带来的巨大旅游经济效应。

4. 旅游胜地

旅游胜地是指知名度较高,具有一定特色,对旅游者产生较大吸引力的游览区或游览地。它可以是风光优美的山水名胜,如中国的桂林山水、克罗地亚的达尔马提亚海岸、瑞士的日内瓦湖;也可以是人文荟萃的文化名邦,如北京、巴黎、阿姆斯特丹、爱丁堡和佛罗伦萨。气候温暖、阳光充足的地中海海湾是世界首屈一指的沿海旅游胜地;海湾隐蔽、港口优良的英格兰考斯胜地是国际快艇航游的重要中心;以开展滑雪等现代冬季体育运动为特色的阿尔卑斯山和喀尔巴阡山脉是著名的冬游胜地。其他如天然狩猎场、温泉疗养地、宗教朝拜目标、著名文化古迹、有特定历史意义的乡间别墅、充满民族风情的异族聚居地、特殊的动植物群落以至重大的体育比赛场馆、人工创造的游乐场、独具特色的购物中心等都可成为有吸引力的旅游胜地。

中国十大旅游胜地:人间天堂是杭州——浙江杭州西湖;桂林漓江独秀美——广西桂林;心驰神往张家界——湖南张家界;苏州园林甲天下——江苏苏州;心灵圣地在西藏——西藏;黄山归来不看岳——安徽黄山;九寨归来不看水——四川九寨沟;风光旖旎海南岛——海南;锦绣丽江如仙境——云南丽江;见证历史兵马俑——陕西西安。

任务实施

分组(4~6 人)共同完成任务,以下为完成任务的具体步骤:

步骤一 领受任务

教师介绍任务的内容、要求、关键点及注意事项。各小组提问,教师答疑,准确理解任务,完成任务领受。

步骤二 实施任务

请各小组按教师的要求,制订完成任务的工作程序及任务分配方案,阅读相关知识,查阅其

他相关资料,分析景区的概念,完成情境中提出的任务,写成任务报告,做成PPT。既做好预演,准备汇报,又扮演听众,准备提问。

步骤三 任务汇报

各小组根据任务的要求,在教室中汇报并相互提问。指导教师及时控制汇报进程,最后进行点评与总结。各小组对本次汇报及时进行总结,形成文字材料,作为作业上交指导教师。指导教师依据该项目任务考查表,给出各小组评价综合得分。



考核评价

旅游景区概念的界定任务考核表

学习目标	评价标准	小组评价 (50%)	教师评价 (50%)	综合得分 (百分制)
理论知识 (20分)	对旅游地、旅游区、旅游景区、旅游景点及相关概念,旅游景区的界定,旅游景区应具备的条件等的理解程度			
专业技能 (20分)	能辨析旅游景区与相关概念的区别与联系;能理解旅游景区应具备的条件			
通用技能 (20分)	具有团队协作能力;具有团队运作信息收集能力			
任务完成 (20分)	纸质作业、PPT及任务问答的有效性			
学习态度 (20分)	完成任务的态度、责任感			
综合评价及建议:				



拓展知识

英国旅游学者帕特·耶尔(Pat Yale)对于旅游景区在概念中存在一些界限不明确的地方,在他的《从景区到遗产旅游》(第2版)一书中提出了自己的看法:

第一,景区未必是一个地域上有明确边界的地方,博物馆、公园和一些历史古迹遗址是有明确地域边界的,但一些风景宜人的海滨或海滩、滑雪坡地的地域边界就很难确定。

第二,景区不一定是长久性的、长期存在的。一些著名的节事赛事,景区内的各种活动、表演都是有时间性的,如巴西里约热内卢的狂欢节、伦敦白金汉宫前的换岗仪式或一些应季的花卉展览等,错过了一定的时间这个吸引物就不存在了。

第三,虽然有越来越多的景区由专门机构或企业进行商业运作,但不是所有景区都是被有效地控制和管理起来的,如一些避暑胜地,其主要吸引游客的地方是当地的气候条件。

第四,根据多数学者的定义,我们无法确定体育运动场所、购物场所、剧场戏院及其他娱乐设施是否属于旅游景区范畴。

资料来源:张凌云.旅游景区管理[M].3版.北京:旅游教育出版社,2009.



思考与讨论

1. 什么样的地方属于旅游景区,如何对其界定?

2. 辨析旅游景区与相关概念的区别与联系。



技能训练题

1. 对本地的旅游区域进行调查,分析哪些范围属于旅游地、旅游区、旅游景区、旅游景点。

2. 对网络宣传和文献资料进行调查,分析旅游景区、风景旅游区、旅游风景区、景区、景点使用频度。

任务二 旅游景区类型的划分



情境设计

张家界为中国湖南省的省辖地级市,位于湖南西北部,澧水中上游,属武陵山脉腹地,为中国最重要的旅游城市之一(见图1-3)。今年暑假,小张终于如愿以偿,圆了张家界一游之梦。小张对张家界有了进一步了解:1982年,被原国家林业部确定为第一个国家森林公园,同时设立省级自然保护区:天子山自然保护区和索溪峪自然保护区;1988年,被国务院确定为国家重点风景名胜;1992年,被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》;2000年,被国家旅游局确定为AAAA级风景区;2001年,被国土资源部确定为国家地质公园;2004年,被联合国教科文组织列为世界地质公园;2006年,被国家旅游局确定为AAAAA级风景区。但张家界的这些称谓,又让小张泛起了疑惑:风景名胜区、自然保护区、森林公园、世界自然遗产、世界地质公园、AAAAA级景区等,这些与景区到底是什么关系?它们是国家公园或保护区吗?

张家界市景点分布图



图1-3 张家界市景区(点)分布示意图

(图片来源:www.cn-zjj.com)