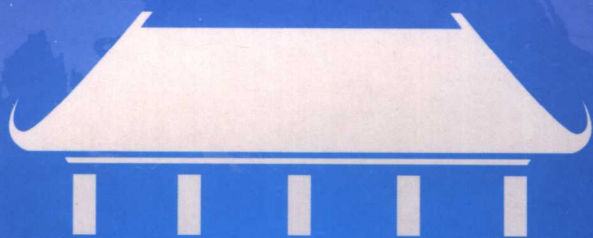


21 世纪大学旅游教材

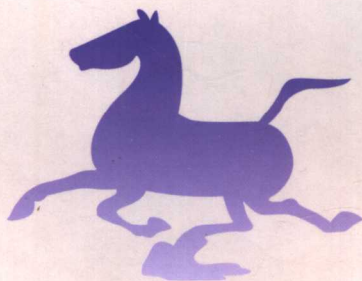
沈祖祥 主编



LUYOU JINGQU
GUANLI

旅游景区管理

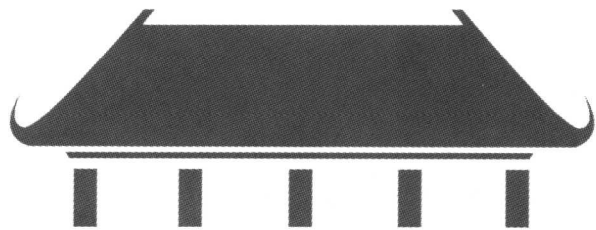
张帆 主编 王克起 副主编



福建人民出版社

21 世纪大学旅游教材

沈祖祥 主编



LUYOU JINGQU
GUANLI

旅游景区管理

张帆 主编 王克起 副主编



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区管理/张帆主编. —福州: 福建人民出版社, 2006. 9

21 世纪大学旅游教材

ISBN 7-211-05335-6

I. 旅... II. 张... III. 旅游点—经济管理—高等学校—教材
IV. F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 072254 号

21 世纪大学旅游教材

旅游景区管理

LUYOU JINGQU GUANLI

作 者:张 帆 主编

责任编辑:陈力凡

出版发行:福建人民出版社

电 话:0591-87533169(发行部)

网 址:<http://www.fjpph.com>

电子邮箱:211@fjpph.com

地 址:福州市东水路 76 号

邮政编码:350001

印 刷:福建省天一屏山印刷有限公司印刷

地 址:福州市铜盘路 278 号

邮政编码:350003

开 本:730 毫米×990 毫米 1/16

印 张:27.5

插 页:2

字 数:477 千字

版 次:2006 年 9 月第 1 版

印 次:2006 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1-2000

书 号:ISBN 7-211-05335-6

定 价:41.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换
版权所有, 翻印必究



张帆，1964年出生。1986年毕业于西北大学经济系旅游经济专业，获经济学学士学位；1998年毕业于华东师范大学国际商学院旅游系，获经济学硕士学位。1986年至今在上海师范大学旅游学院（上海旅游高等专科学校）饭店管理系执教，承担旅游经济学、旅游学原理和旅游开发与规划等方面的教学任务，近年来参与上海和江苏的十余项旅游开发规划课题。



王克起，1966年出生，河南省杞县人。国家中级导游、人才测评师、注册人力资源管理师、高级经济师。1986年获华中师范大学历史专业学士学位，1999年获华东师范大学旅游管理专业硕士学位。之后在上海市旅游培训中心从事培训、培训管理和旅游研究工作。2004年调入上海市党政领导干部考试中心（经营者资质评价中心）从事人才测评和研究工作。先后主编或参编《郑州古今史要》、《旅游资源学》、《现场导游实务》、《长三角精华旅游景点导读》等书，发表《浅谈社会旅游资源》、《关于上海旅游专线的思考》、《上海国内旅游市场调查报告》等专业文章。参加“上海国内旅游可持续发展研究”、“南京园林可持续发展研究”等多项研究课题，参加编制上海市嘉定区、普陀区旅游发展规划和上海旅游业人力资源发展规划。担任全国导游资格考试口试考官、上海行政学院旅游管理专业教学指导委员会委员等职。

21 世纪大学旅游教材

第一辑

旅游文化学导论

中国民俗旅游（新编）

导游业务

旅游景区管理

旅游服务管理

旅游信息管理

旅游地理学

旅游文学

中国旅游文选

“21 世纪大学旅游教材”编辑委员会

主 任：俞金树

主 编：沈祖祥

委 员：（以姓氏拼音字母为序）

巴兆祥	陈建勤	陈宗海	储九志	董观志	郭英之
何海勤	后智钢	李 萌	林 彬	刘亚忠	楼嘉军
罗兹柏	吴 本	吴国清	沈祖祥	史霄鸿	魏向东
肖江南	徐德宽	俞金树	袁书琪	张 帆	张 捷
张 璟	张文建	章尚正	周作明		

“21 世纪大学旅游教材”总序

沈祖祥

20 世纪世界经济的飞速发展,使人类从以劳动为中心的“工作时代”步入讲究生活品质的“消费时代”。旅游成为一种时尚和热门产业。21 世纪推崇的生活理念更是将旅游的魅力数倍放大。旅游正在渗透着现代社会的每个角落,改变着人们传统的生活观念和价值体系。

改革开放以后,随着中国经济的高速发展,中国的旅游业也进入持续发展的快车道。

顺天时、应地利、聚人和。经过短短 20 多年的发展,中国的旅游教材从无到有,日渐丰富多彩、种类齐全。但是当用“特色”和“水平”这两个坐标体系来给它定位时,我们不得不坦承,中国旅游教材仍处于“摸着石头过河”的阶段,大多还属于“简单积累”,存在着很大的问题。目前,教材技术标准好像很完善、简单,编制也容易,但本质的、决定教材发展的不是教材编写规则,而是旅游发展自身,或者说是社会需求。由于旅游发展总是充满着不确定性,没有太多的规范和标准可以依据,因此,中国旅游教材的编写,也面临着三大难题和三大困惑。

三大难题:

(1) 中国的旅游学术研究与旅游教材编写大体上同步。总体来说,中国的旅游学术研究理论深度不够,学术水平不高,这就使得中国的旅游教材编写缺乏应有的厚实基础,许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。

(2) 旅游涉及多学科领域的知识,既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识,同时又要求有旅游学、经济学等相关学科的理论知识融入其中,这对于作者的综合学术素养是极大的考验。

(3) 编教材易,写教材难。教材不同于学术著作,不能仅仅是阐述理论和观点,成一家之言,更不能天马行空,有感就发。教材有教材的特点和要求,编写一套特色鲜明的、适合学生学习的旅游教材实为不易。

三大困惑:

- (1) 旅游教材要不要创新, 能不能创新, 如何创新?
- (2) 旅游教材编写要不要一定的理论体系、理论水平和学术高度?
- (3) 旅游教材到底是旅游各学科的知识构建, 还是整体学科构建?

面对这些问题和困惑, 我们对整套教材的规划控制和体系做了思考。

首先是对丛书定位做了方方面面的研讨: 目前国内有哪几种不同类型和层次的旅游院校或旅游专业? 学生各有哪些特点和需求? 不同类型和层次的旅游院校是否需要编制不同的旅游教材? 不同类型的旅游教材是否存在共同点? 它们之间的差异有哪些? 核心差异是什么? 怎样的旅游教材比较适合我国当前的现状和实际? 旅游教材如何体现学术深度和理论高度? 怎样的旅游教材模块更适合未来发展的要求? 现有各种旅游教材改进的方向在哪里? 什么样的旅游教材可以称得上是一套好教材? 我们在深入调查和分析、评价的基础上, 对这些问题进行多方思考和比较后, 对本系列教材明确做出了以高校本科旅游管理专业为主要对象的定位选择。

其次是对教材组成体系有的放矢, 做了“精益求精”的调整。在原先“大学旅游教材”这套书的基础上, 一方面继续发扬光大和强化“文化”优势与特色, 另一方面, 由点及线及面, 不断强化教材选题的广度和亮点。

第三, 对作者队伍进行了重组和扩容, 多学科、多学校、多专业整合作者队伍, 以期使本教材有更广泛和坚实的“基石”。

通过对教材规划控制体系的构建, 我们可以从以下两个方面去着手解决上述的难题和困惑。

一是努力体现“教材特征”, 二是努力体现“学术水平”。

努力体现教材特征, 是本教材系列的中心思想、突出特色和努力方向。本教材系列明确于教材定位, 并且将最大限度地按照教材的要求构建框架体系。

本教材系列的教材特征具体从以下六个方面体现:

(1) 注重信息量。本教材系列有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结各相关学科的各种信息, 以尽可能减少和规避因旅游基础知识相对不足给学生带来的学习困难。

(2) 注重知识面。本教材系列注重将旅游作为一种知识节点进行学习、传播和推广。

(3) 注重思考力。本教材系列在立足于传递信息和传播知识的基础上, 特别注重学生独立思考能力的培养, 而不是死读书、读死书式的灌输。

(4) 注重方法论。旅游课题学习归根结底是方法的学习, 而不全是知识和理论的学习。本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游各相关学

科事象的方法。

(5) 注重整体性。系统性和完整性是本教材系列的又一显著特征, 不仅注重旅游作为一种知识和理论的完整性和系统性, 而且还特别注重旅游作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性。

(6) 注重案例法。在具体的体例中, 我们采用了一部分综合性的案例, 试图找到规范学习与启发引导的理想结合点。

没有规矩不成方圆, 但是, 如果为了规矩而使教材变得没有学术价值或降低学术价值, 那是对规矩的曲解和误解。我们按照教学发展规律和学生对象特征, 制定出主要是基于掌握和理解的控制图则, 为教师和学生留下了相当的余地, 但某些基础性知识节点却又很具体、带有强制性。在我们的观念中, 这可能更是一种“底线”。

中国的旅游教材再也不能“摸着石头过河”, 是到了总结、提升的时候了。为我国旅游业的腾飞, 为中国旅游教育的发展, 编写有特色的、适合我国旅游院校学生学习的好教材, 是我们的努力方向。为此, 我们这些参与“21 世纪大学旅游教材”编写的作者, 愿担负起一名教师、一个作者应尽的一点义务和责任。同时, 我们愿与全国各旅游院校的同仁加强交流、学习与合作, 共同努力。我们期待着更多高质量的大學旅游教材面世。

2006 年 7 月

前 言

一、国内外关于旅游景区管理研究的回顾

旅游景区是旅游业的重要组成部分，是旅游业发展的基础。旅游者之所以不远千里到某旅游目的地旅游，主要是受旅游景点的吸引，而不是单纯地在外过上一夜。旅游交通和住宿是为旅游者实现在旅游景区的参观游览和娱乐活动的需要服务的，景点才是激励游客旅行的主要因素。因此，旅游景区是旅游业发展的主体，在旅游发展过程中的地位非常重要。

改革开放以来，中国经济持续发展，城乡居民收入日益提高，旅游逐渐成为近年来国内消费热点；同时，中国对外开放步伐日益加快，国际交往日益增多，前来旅游的国际游客数量不断增长。随着我国居民国内外旅游需求的日益高涨，尤其是假日旅游的到来，以及国家、地方、企业和个人投资旅游景区建设的激励政策的实施，使近年来我国旅游景区的数量增加十分迅速。据国家发改委官方网站消息，国家于2000年开始安排国债资金加强旅游基础设施建设，重点支持资源品位较高、发展潜力较大、所依托的主要交通干线建设已基本完成的国家级或省级旅游景区的项目。五年来，国家共累计投入67.2亿元国债资金，先后共安排项目600多个，遍布全国31个省、自治区、直辖市的250多个重点旅游景区。景区增加，竞争加剧，必然需要加强景区管理。然而，由于景区与生产型企业不同，与旅游业中的饭店和旅行社行业也不同，旅游景区的管理必然具有自己的特殊性。再加上我国旅游景区类型众多，性质不一，投资主体日益多元化，旅游景区和景点的内涵不断延伸，各类旅游景区的管理方法和管理模式也呈现多样化的趋势。这些现象的出现，需要有关部门和有

关人员加强对旅游景区管理理论的研究，为旅游景区的管理实践提供理论支持。

（一）国外旅游景区管理研究现状

旅游发达国家对旅游景区管理的研究早于我国。美国夏威夷大学旅游管理学院朱卓仁教授的《休假地的开发及其管理》，是一本较早研究度假景区规划、开发、经营和管理方面的著作。在此之前，有关景区的研究著作和教科书，主要是从度假地的历史、传统和文化鉴赏的角度来写作。《休假地的开发及其管理》理论更系统，内容更丰富，包括开辟休闲目的地总体规划的制定、环境影响报告的撰写、娱乐消遣和运动设施的设计、休闲地周围地区的设计、休闲地和设施的保养、休闲地投资的管理，以及技术变化对休闲地的影响等，为我国度假地规划建设和管理模式的建立奠定了基础。但该书所涉及的景点仅限于度假区，所以未能对我国广泛存在的风景名胜区、主题公园型的景点提供具有针对性的管理帮助。

综合性的景点管理的经典著作是约翰·斯沃布鲁克著的《景点开发与管理》（张文翻译，中国旅游出版社 2001 年出版），该书界定了景点的概念和范围，讨论了开发新景点所涉及的可行性研究、筹资、项目设计等问题，从景点管理的任务入手，构建了景点管理营销、财务、经营和人力资源管理体系。

此外，还有些学者从某一类景点入手，讨论这类景区管理所需要的专门知识与方法。例如，罗纳德·菲利普斯著的《公园设计与管理》（刘家辉译，机械工业出版社 2003 年出版），主要从园林管理的角度，讨论了公园的特殊维护问题，提出了激励的措施和方向，为公园或园林维护管理提供了管理支持。但此书缺乏对园林作为旅游活动场所如何进行经营管理问题的论述。

（二）我国旅游景区管理研究现状

我国对旅游企业管理的研究，在饭店管理和旅行社管理方面起步较早，而对景区景点管理的研究起步相对较晚，重视程度也不够，认为旅游景区景点的资源大部分是客观存在的，游客在景区的活动是比较单一的观光活动，不涉及复杂的管理问题。随着旅游发展过程中景区经营管理方面暴露出来的问题日益

增多,以及人们对旅游景区在旅游业中的作用和地位认识的不断深化,对景区管理的研究也逐步深入。目前,国内关于旅游景区管理方面的著作主要有这样几类:

一是旅游景区开发与规划类的著作,主要是新景区开发建设中所涉及的开发潜力和可行性分析,景区主题形象设计、功能区布局、线路布局、设施规划以及市场营销和人力资源规划,属于景区经营前期的重要工作。如,邹统轩的《旅游景区开发与经营经典案例》(旅游教育出版社2003年出版)。

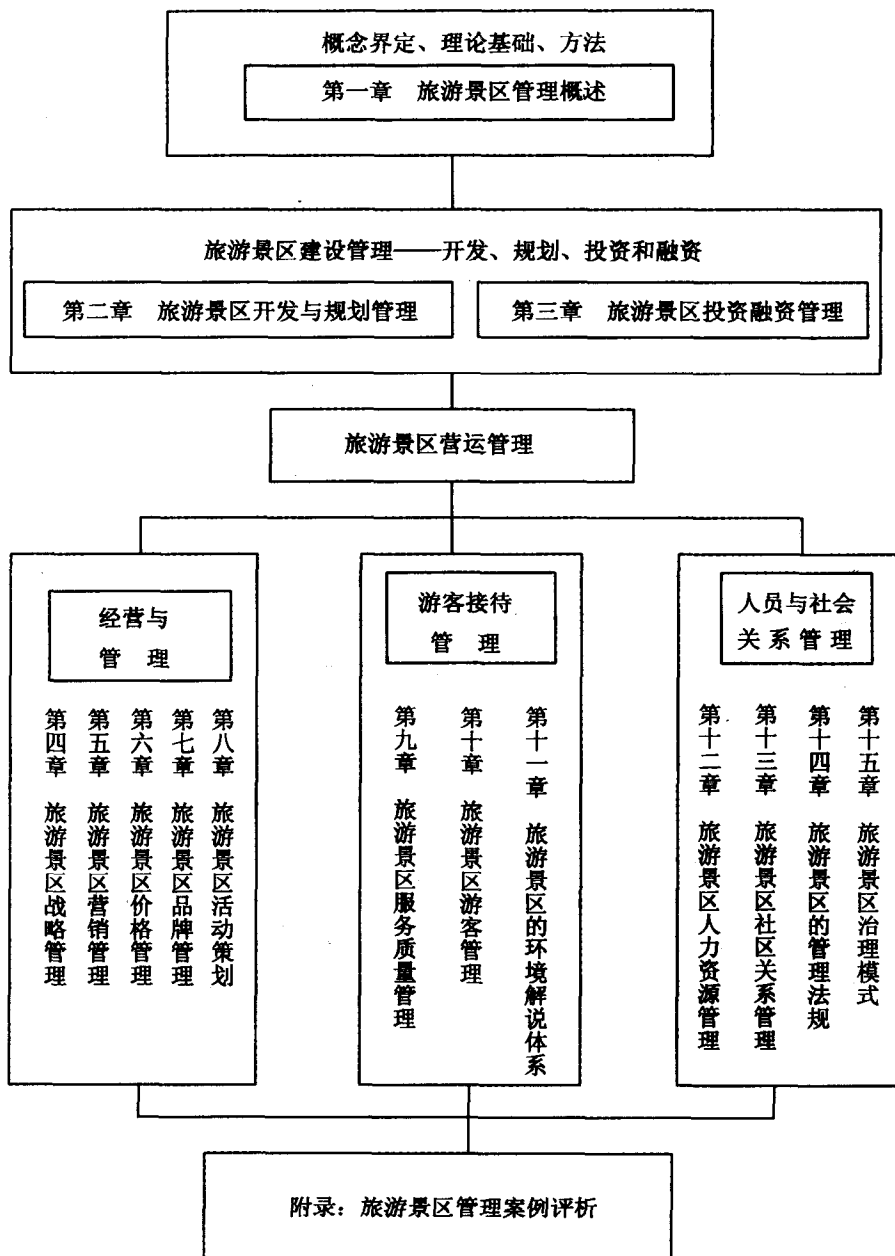
二是景区资源自然、历史、文化知识介绍和欣赏类的著作,如张凌云的《旅游景区景点管理》(旅游教育出版社2003年出版),彭绍坚的《旅游区开发与欣赏》(海天出版社2004年出版)。

三是从管理职能出发,重点讨论景区经营管理的著作,这种结构的景区管理著作近年有所增加,如岳怀仁的《风景旅游区经营与管理》(云南大学出版社1998年出版),杨正泰、张帆等的《旅游景点景区开发与管理》(福建人民出版社2000年出版),羌若愚的《旅游景区服务与管理》(东北财经大学出版社2003年出版)等。此外,也有学者对景区管理进行专题研究,如依绍华的《私营资本开发旅游景区的理论与实证研究》(旅游教育出版社2004年出版),禹贡、胡立芳的《旅游景区景点营销》(旅游教育出版社2005年出版)。

四是特殊类型景区的管理著作,如董观志的《旅游主题公园管理原理与实务》(广东旅游出版社2000年出版),杨桂华的《生态旅游景区开发》(科学出版社2004年出版)等。

近年来,随着我国具有旅游、度假和休闲功能的各类景区的不断增加,如何进一步挖掘景区的文化内涵、提升景区的文化底蕴,保护好自然和文化旅游资源,营造和谐旅游活动氛围,以取得良好的社会、经济和环境效益,就成为景区管理的重要课题。

二、本教材的编写路线与方法



三、本教材的主要内容、重点和特点

(一) 主要内容和重点

本教材共分四个部分，重点是第三部分。

第一部分是指教材的第一章，对旅游景区管理的基本概念、理论和方法进行界定，明确旅游景区管理的任务和特点，规定旅游景区管理的对象和范围。

第二部分包括教材的第二章和第三章，主要讲述旅游景区的形成和进一步开拓，包括旅游景区本身以及景区新项目开发建设潜力评价，景区规划和投资建设等方面的基本理论和方法，使景区管理人员了解旅游景区产生与成长的全过程。

第三部分是本教材的重点，包括第四章至第十五章，主要从管理角度讨论旅游景区进入运行状态后的基本管理职能和流程，探索景区管理与一般企业管理的共性与特性。这部分内容主要包括景区的组织、制度、使命和景区持续发展的战略等，这是任何组织的管理都要涉及的问题。景区的经营，包括营销策划、价格制定和品牌管理，它是景区市场竞争能力及生存发展持续力的体现。游客管理，包括游客接待质量、游客行为管理等。游客是景区的生命线，没有游客，景区就是一般的地域或组织，而不能称为旅游景区。成功的景区管理必须针对游客的心理需求，从景区的总体布局，到每一座建筑、雕塑、小径，以至路牌、休息椅、垃圾箱等，无不精心设计、精雕细琢，以体现以人为本的理念，潜心营造一种愉悦游客身心的氛围，这种氛围正是高品位的旅游景区所不可或缺的。在合理疏导游客并为其提供高质量服务和环境氛围的同时，还要对可能对游客产生负面影响的因素进行控制。人员与社会关系管理主要是对景区在运行过程中发生的人际矛盾进行控制，包括景区内部人际关系、员工与游客之间的关系以及景区内部居民和周边地区居民的关系等，正确处理这些关系对于景区取得良好的社会效益极为重要。此外，由于旅游景区的开发采取国家、集体和个人等各种开发模式，导致旅游景区发展的价值取向方面的冲突。要解决好旅游景区发展中的各种矛盾和问题，必须建立良好的景区治理模式。第十五章对不同类型的景区治理模式进行了概括性分析和总结。

第四部分为附录。选择若干具有典型意义的景区管理案例进行分析和点评，供学员学习、研讨，旨在架起理论与实践之间的桥梁。

(二) 主要特点

1. 力图从管理学的角度出发构建框架体系。本教材按照管理学的一般理

论和方法,并根据景区管理的特殊需要安排教学内容,以改变以往同类教材中历史文化知识和开发规划内容比重偏大的现象,在阐述基本理论的基础上,通过提供丰富的信息和实例增进读者对景区管理的理解,并具有一定的可操作性。

2. 素材丰富,并力求内容创新。本教材既阐述各类旅游景区管理的共性问题,又针对不同类别旅游景区管理的个性特点,具体问题具体分析,探索出各自的管理模式。按照科学发展观的要求,对近年来新出现的景区类型和景区经营管理中出现的新现象和新问题加以分析和研究,探讨景区管理中的热点问题,引起读者的关注和思考,增强理论思辨能力。

3. 把旅游景区管理问题置于开放的环境背景下进行探讨。本书不仅重视景区内部管理的各个环节,而且根据外部环境的变化和发展趋势来制定景区的发展目标,调节景区的经营管理策略。进入 20 世纪 90 年代以来,我国经济转型步伐加快,市场竞争意识逐渐引入景区经营管理中,使景区管理行为日渐理性。因此,本教材用一定的篇幅来阐述旅游景区的战略管理,以适应社会经济发展的需要,并在景区管理体制方面进行了有益的探索。

四、本学科教学目标的设定

学习本学科的知识目标是使学生认识景区管理的基本内容和管理体系,认识景区管理的职能及其特征,掌握景区管理的一般理论、原则和方法。

技能目标是通过对本学科的学习,使学生能够运用景区管理的理论和方法,在实践中解决一般性的问题,能根据宏观环境和市场的变化及时调整、完善管理方法。

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游景区管理概述	(1)
第一节 旅游景区的概念、特征和性质	(1)
一、旅游景区的概念	(1)
二、旅游景区的特征	(3)
三、旅游景区的性质	(4)
第二节 旅游景区发展简史	(5)
一、国外旅游景区的发展	(5)
二、中国旅游景区的发展	(7)
第三节 旅游景区的类型	(9)
一、旅游景区类型的划分标准	(9)
二、旅游景区的等级划分及管理	(11)
三、旅游景区的主要类型及其特征	(13)
第四节 旅游景区管理	(20)
一、旅游景区管理的概念和内容	(20)
二、旅游景区管理的特点	(22)
三、旅游景区管理的方法	(25)
第二章 旅游景区开发与规划管理	(28)
第一节 旅游景区开发的可行性研究	(28)
一、旅游景区开发的含义和类别	(28)
二、旅游景区开发的可行性研究	(30)
三、旅游景区开发可行性分析的内容和步骤	(32)
第二节 旅游景区开发潜力分析	(35)

一、旅游资源开发潜力分析	(35)
二、旅游景区开发的市场可行性分析	(42)
三、旅游景区开发的经济可行性分析	(46)
第三节 旅游景区规划的编制	(48)
一、旅游景区规划的类型及特点	(48)
二、旅游景区规划与可持续旅游发展	(56)
三、旅游景区规划的编制程序与组织工作	(59)
四、旅游景区规划单位的选择与委托	(63)
第三章 旅游景区投资融资管理	(70)
第一节 旅游景区投资决策与评估	(70)
一、旅游景区投资决策的影响因素	(70)
二、旅游景区投资机会的选择	(72)
三、旅游景区投资风险和风险管理	(73)
四、旅游景区投资项目的经济评价	(75)
第二节 旅游景区投资估算	(77)
一、旅游景区投资估算的概念和内容	(77)
二、旅游景区投资估算的特点和应注意的问题	(82)
第三节 融资方案与资金使用计划	(85)
一、旅游景区投资项目融资方案	(85)
二、融资方案的分析和评估	(89)
三、资金使用计划的编制	(91)
第四章 旅游景区战略管理	(94)
第一节 旅游景区战略管理的含义、内容、程序	(94)
一、旅游景区战略管理的含义	(94)
二、旅游景区战略管理的特点	(95)
三、战略管理在旅游景区管理中的作用	(97)
第二节 旅游景区战略分析	(99)
一、旅游景区外部战略要素分析	(99)
二、旅游景区内部战略要素分析	(102)
三、旅游景区内外部因素综合分析	(104)
第三节 旅游景区组织结构设计的	(105)