



高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材

旅游景区经营与管理

LÜYOU JINGQU JINGYING YU GUANLI

主编 王庆国



郑州大学出版社



高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材

旅游景区经营与管理

LÜYOU JINGQU JINGYING YU GUANLI

主编 王庆国



郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区经营与管理/王庆国主编. —郑州:郑州大学出版社,
2006.8

(高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材)

ISBN 7-81106-301-8

I. 旅… II. 王… III. 旅游点-经营管理-高等学校:
技术学校-教材 IV. F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 070208 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南龙华印务有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:13.25

字数:284 千字

版次:2006 年 8 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

1/16

印数:1~3 100

印次:2006 年 8 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-81106-301-8/F·86 定价:22.00 元

本书如有印装质量问题,请向本社调换



编委会

■ 主 任 杨盛道 贾修国

■ 副主任单位 郑州旅游职业学院

河南职业技术学院烹饪系

开封大学管理科学学院

郑州航院信息统计职业学院

河南经贸职业学院外语旅游系

郑州经济管理干部学院经贸系

焦作大学经济管理系

■ 委员单位 洛阳大学工商学院

黑龙江旅游职业学院

黄河水利职业技术学院管理系

秦皇岛职业技术学院旅游系

郑州华信职业技术学院管理系

鹤壁职业技术学院经管系

三门峡职业技术学院旅游管理教研室

商丘职业技术学院经贸系

许昌职业技术学院人文艺术教育系

济源职业技术学院经贸系

河南省旅游职业教育集团

海天大酒店

■ 办公室主任 杨秦予

作者名单

■ 主 编

王庆国

■ 副主编

黄安定

■ 编 委(以姓氏笔画为序)

李晓楠 张昌亚 赵现红

胡红梅 袁婷婷

旅 游

内 容 提 要

本书为高等职业教育“十一五”规划教材之一,主要内容包
括:旅游景区概述;旅游景区的区位选择与布局分区;
旅游景区的形象策划;旅游景区的品牌塑造;旅游景区的产
品创新;旅游景区的经营与营销;旅游景区的游客管理;旅
游景区当地居民的管理;旅游景区人力资源管理与服务质
量管理;旅游景区环境管理;旅游景区安全管理等。

本书以“景区—经营—管理”为主线,突出条理性,可
操作性和实用性,并附有相应的教学图片和案例分析,适合
于高职高专景区开发与管理专业、大专院校旅游管理专业、
各类成人教育学院旅游专业自考的学生及旅游从业人员等
学习使用。

旅
游



旅游高等职业教育是旅游学科高等教育的重要组成部分,是近年来适应旅游行业的迅速发展需要,在我国旅游学科高等教育中发展最快、适应性最强、所培养的人才最受欢迎的高级专门人才的培养形式。旅游业的主要任务是向游客提供食、住、行、游、购、娱等各项旅游服务产品,在为游客提供旅游服务的每一个环节上,都有非常严格的要求和规定。因此,旅游从业者必须具有十分熟练的服务技巧和满腔热情的敬业精神。旅游高等职业教育以就业为导向,以能力为中心,以职业技能培训为主要学习内容,以培养具有专业文化知识和能力的高级技术型、应用型人才为目标,是我国目前旅游高等教育中重要的旅游人才培养形式。河南是旅游资源大省,同时又是我国人口最多的省份。近年来河南旅游业发展非常迅速,对于应用型职业旅游人才的需求越来越迫切,加快旅游高等职业教育的教学、教材建设的任务也越来越重要。

郑州大学出版社按照国家教育部关于高等职业教育教材改革的要求,从当前高等职业教育的特点和我国旅游行业对职业技能教育所提出的要求出发,组织一批具有丰富高等职业教育经验的高水平专家学者,经过多次论证和研究,组织编写了“高等职业教育旅游管理专业‘十一·五’规划教材”。

本套规划教材共计 17 种,包括专业核心课程(10 种):《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销》、《旅游资源开发》、《旅游法规实务》、《饭店管理》、《旅行社经营管理》、《旅游企业会计学》、《导游实务》、《旅游景区经营与

2 编写说明

管理》;专业基础课程(7种):《旅游饭店前厅客房服务与管理》、《旅游饭店餐饮服务与管理》、《旅游服务礼仪》、《旅游心理学》、《旅游文化》、《中外民俗》、《旅游地理》。

“高等职业教育旅游管理专业‘十一五’规划教材”以就业为导向,将实践教学落到实处,与“双证制”紧密衔接,打破原有的学科体系,建立以技能为本位的符合岗位需要的专业知识体系,凸显以下特色:

1. 教材名称和专业目录完全对应

本套教材名称以国家教育部最新颁布的《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录(试行)》为依据,参照专业简介及课程设置制定和专业目录完全对应的教材名称。

2. 以理论够用为度,加强实践环节

克服以往高职高专教材理论知识讲授过多,缺乏实践教学环节的弊端,对理论教材进行“瘦身”,加强实践教材的建设,打造出真正具有高职高专特色的教材。

3. 以就业为导向,与“双证制”紧密衔接

“双证制”是高职教育的特色所在,它的实施要求学生不仅要获得学历证书,而且要取得相应的专业技术技能等级证书。但目前高职教材的编写与劳动部门颁发的职业资格证书或技能鉴定标准缺乏有效衔接。本套教材紧密贴近市场,以满足教师教学与人才培养的需要,尤其是在实践教材的开发上下大力气,做出了自己的特色。

4. 增加实训内容,校企合作编写

旅游高等职业教育培养的是具有创新精神的技能型高素质劳动者,为此,本套教材编写队伍由旅游院校的专业教

师、旅游饭店和旅行社中高层管理者组成,创造了校企合作编写教材的新模式。

5. 教材内容体现“五性”和“五个结合”

本套教材充分体现了先进性、前瞻性、新颖性、职业性、科学性,做到“与实际部门结合、与证书考试结合、与升学考试结合、与就业需求结合、与市场需求结合”。

本套教材的编写在继承原有高职高专和成人高等学校教材建设成果的基础上,充分体现了全体编者对旅游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以及对发达国家职业教育的借鉴。同时,独特而新颖的教材编写思路,最终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,使这套教材适合我国旅游高等职业教育所具有的学科特点和需求指向,对目前我国高职高专旅游专业教育、教材工作的发展发挥积极的推动作用。

由于旅游行业发展速度较快,加上编写时间比较仓促,本系列教材的疏忽和不足之处在所难免,恳请各位专家、读者不吝赐教,以便使之更加完善。

高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划
教材编写委员会
2005 年 9 月

旅游景区是旅游产品的核心部分,是旅游业发展的基础之一。旅游业的发展从某种意义上说就是进行旅游景区的开发和建设。我国旅游业的发展速度非常迅猛,旅游景区大型化、商业化及体制多样化的趋势越来越明显。为适应市场需求,现代的旅游景区已经逐步走向集团化经营。

旅游景区是一个综合性的经营管理系统,但从目前情况来看,我国旅游景区多数重视的是对旅游资源的开发利用,而对景区的经营和管理方面却关注不多,经营和管理水平相对滞后,很难满足目前我国旅游业的发展要求。因此,对于旅游从业人员来说,掌握一些关于旅游景区经营与管理方面的知识就显得尤为重要。而截至目前,适用于高职高专旅游景区开发与管理专业的教材却很少见。针对这种现状,我们本着以人为本的理念,结合高职高专学生的学习要求,以深入浅出、生动实用为指导思想,突出职业性、实用性、能力性和可操作性的特点,编写了这本《旅游景区经营与管理》。它适宜于高职高专旅游景区开发与管理专业、大专院校旅游管理专业、各类成人教育学院旅游专业自考的学生及旅游从业人员学习使用。

在本书的编写过程中,我们吸取了许多前辈专家和学者们的研究成果,并结合专业课教师一线教学的实践,穿插了我们自己的一些观点和认识,力求使内容丰富,语言通俗,注重突出职业特点和实用价值。

本书在写作上力求体现以下特点:第一,突出以人为本,以能力培养为宗旨,理论以能满足实践应用为度;第二,突出实用性与实践性,强调对学生分析问题和解决实际问题能力的培养;第三,突出内容的综合性,把相关景区经营与管理等各方面的知识加以综合;第四,结合旅游景区的发展,在内容上突出国家的新标准新规范,拓宽学生的视野。

本书由郑州旅游职业学院王庆国任主编并设立基本框

2 前言

架,参编人员及编写分工为:第一、十、十一章由赵现红(安阳师范学院)执笔;第二章由黄安定(郑州旅游职业学院)执笔;第三、四章由王庆国(郑州旅游职业学院)执笔;第五、九章由袁婷婷(济源职业技术学院)执笔;第六章由李晓楠(郑州旅游职业学院)执笔;第七、八章由张昌亚(商丘职业技术学院)执笔,最后由胡红梅(郑州旅游职业学院)统稿。

由于参编人员全是教学一线教师,教学任务繁重,再加上时间仓促,水平有限,错误与不妥之处在所难免,恳请专家学者、同仁及广大读者批评指正。

编者

2005年12月

旅游

1 旅游景区概述 /1

1.1 旅游景区的概念、条件、类型及特征 /2

1.1.1 旅游景区的概念 /2

1.1.2 旅游景区应当具备的条件 /3

1.1.3 旅游景区的类型 /3

1.1.4 旅游景区的特征 /7

1.2 旅游景区的构成要素概述 /9

1.2.1 旅游景区构成要素 /9

1.2.2 旅游景区构成要素分析 /9

1.3 旅游景区系统 /10

1.3.1 旅游景区系统的概念 /11

1.3.2 旅游景区系统的构成 /11

1.3.3 旅游景区经营管理的基本内容 /12

1.4 旅游景区的发展变化 /14

1.4.1 旅游景区的发展简史 /15

1.4.2 旅游景区的发展趋势 /15

2 旅游景区的区位选择与布局分区 /20

2.1 旅游景区的区位选择 /21

2.1.1 区位选择的方法理论 /21

2.1.2 区位选择的影响因素 /22

2.1.3 旅游景区区位选择实践 /23

2.2 旅游景区的布局 /25

2.2.1 景区布局的原则 /25

2.2.2 景区布局的任务 /26

2.2.3 几种典型的布局实践 /26

2 目 录

- 2.3 旅游景区功能分区 /28
 - 2.3.1 旅游景区功能分区原则 /28
 - 2.3.2 旅游度假区分区 /28
 - 2.3.3 国家公园分区 /29
 - 2.3.4 风景名胜区分区 /31

3 旅游景区的形象策划 /36

- 3.1 景区形象及其定位 /37
 - 3.1.1 旅游景区形象的概念 /37
 - 3.1.2 旅游景区形象研究的意义 /37
 - 3.1.3 旅游景区形象的构成要素 /38
 - 3.1.4 旅游景区形象的定位 /39
- 3.2 旅游景区形象策划的主要方法和内容 /41
 - 3.2.1 CIS 设计 /41
 - 3.2.2 文化包装 /44

4 旅游景区的品牌塑造 /49

- 4.1 旅游景区品牌经营的意义和作用 /50
 - 4.1.1 旅游景区品牌的含义 /50
 - 4.1.2 旅游景区品牌经营的意义 /50
 - 4.1.3 旅游景区品牌经营的作用 /51
- 4.2 旅游景区品牌的定位和推广 /52
 - 4.2.1 旅游景区的品牌定位 /52
 - 4.2.2 旅游景区品牌的推广 /54
- 4.3 旅游景区品牌经营的策略与创新 /55
 - 4.3.1 旅游景区品牌经营的策略 /55
 - 4.3.2 旅游景区品牌的创新 /56

5 旅游景区的产品创新 /64

5.1 旅游景区产品的概念和类型 /65

5.1.1 旅游景区产品的概念 /65

5.1.2 旅游景区产品的类型 /66

5.2 旅游景区产品创新的方法和途径 /67

5.2.1 旅游景区产品创新的方法 /67

5.2.2 旅游景区产品开发的途径 /69

5.3 旅游景区主题产品的设计与策划 /70

5.3.1 旅游景区的主题产品 /70

5.3.2 旅游景区主题产品的策划 /71

6 旅游景区的经营与营销 /79

6.1 旅游景区经营管理及模式 /80

6.1.1 旅游景区经营管理 /80

6.1.2 旅游景区经营管理模式 /80

6.2 旅游景区营销概述 /84

6.2.1 旅游景区市场营销的概念 /84

6.2.2 景区营销管理的影响因素 /84

6.2.3 旅游景区营销的内容 /86

6.3 旅游景区营销目标市场的细分和确定 /86

6.3.1 旅游景区的市场细分 /86

6.3.2 旅游景区目标市场的选择 /88

6.3.3 旅游景区目标市场的定位 /89

6.4 旅游景区营销组合策略 /90

6.4.1 产品策略 /90

6.4.2 价格策略 /92

6.4.3 销售渠道策略 /93

4 目 录

6.4.4	促销策略	/95
6.5	景区营销实践案例	/96
6.5.1	宋城景区的成功营销	/96
6.5.2	乐山大佛借势营销,创造“注意力经济”	/97
6.5.3	统一嘉园缘何衰落——解析景区营销失败症结	/98
7	旅游景区的游客管理	/103
7.1	旅游景区内游客的行为分析	/104
7.1.1	游客分类	/104
7.1.2	游客的行为特征	/105
7.1.3	游客行为的分析	/108
7.2	游客的管理方法	/110
7.2.1	服务性管理方法	/110
7.2.2	控制性管理方法	/112
7.3	游客行为的引导	/114
7.3.1	游客不文明行为产生原因的分析	/115
7.3.2	正确引导游客行为的方法	/116
8	旅游景区当地居民的管理	/122
8.1	当地居民与旅游景区的关系分析	/123
8.1.1	当地居民在旅游景区发展中的地位	/123
8.1.2	当地居民与各主体的关系	/124
8.2	当地居民的行为管理	/129
8.2.1	当地居民行为分析	/129
8.2.2	当地居民行为的管理方法	/131

9 旅游景区人力资源管理与服务质量管理 /139

9.1 旅游景区管理者的素质要求 /140

9.1.1 基本素质要求 /140

9.1.2 专业技能素质要求 /142

9.2 旅游景区人力资源的培训 /144

9.2.1 景区人力资源的构成与管理 /144

9.2.2 景区人力资源的培训 /146

9.3 旅游景区服务质量的管理 /149

9.3.1 旅游景区服务质量管理的重要性 /149

9.3.2 旅游景区服务质量体系的建立 /150

9.3.3 旅游景区服务质量的控制 /152

10 旅游景区环境管理 /156

10.1 旅游景区环境系统 /157

10.1.1 旅游景区环境的概念 /157

10.1.2 旅游景区环境系统的构成 /157

10.2 旅游景区环境管理的特点、内容与手段 /158

10.2.1 旅游景区环境管理的特点 /159

10.2.2 旅游景区环境管理的内容 /159

10.2.3 旅游景区环境管理的手段 /159

10.3 旅游景区环境保护与管理 /160

10.3.1 旅游景区环境质量标准 /160

10.3.2 旅游景区环境容量 /164

10.3.3 旅游景区环境保护与管理 /168

11 旅游景区安全管理 /174

11.1 旅游景区安全范畴 /175

11.1.1 旅游景区安全概念 /175

11.1.2 旅游景区安全事故及内容 /175

11.1.3 旅游景区安全与我国旅游业发展 /178

11.2 旅游景区安全管理 /179

11.2.1 旅游景区安全管理机构设置 /180

11.2.2 景区员工安全意识管理 /181

11.2.3 旅游景区安全标志设施 /185

11.2.4 旅游景区常见安全事故的处理 /187

主要参考文献 /193